



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xi
Intisari.....	xiv
Abstract.....	xv
BAB 1 – PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Keaslian Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Pembahasan.....	10
BAB 2 – TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Konsep Loyalitas Pelanggan.....	12
2.1.1.1 Loyalitas Pelanggan.....	12
2.1.1.2 Kategori Loyalitas.....	16
2.1.1.3 Tahap Loyalitas Berdasarkan Pendekatan Attitudinal dan Behavioral.....	17
2.1.1.3.1 Loyalitas Kognitif.....	18
2.1.1.3.2 Loyalitas Afektif (Attitudinal).....	19
2.1.1.3.3 Loyalitas Konatif.....	19
2.1.1.3.4 Loyalitas Tindakan (Behavioral).....	20
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	21
2.1.2.1 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	25
2.1.2.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	30
2.1.3 Nilai Pelanggan.....	33
2.1.4 Kepercayaan (<i>Trust</i>) Pelanggan.....	34
2.1.5 Brand Equity.....	38
2.1.5.1 Pengertian Brand.....	38
2.1.5.2 Pengertian Brand Equity.....	39
2.1.5.3 Unsur Brand Equity.....	42
2.1.5.4 Peran Brand Equity.....	45
2.2 Kerangka Konsep dan Hipotesis.....	47
2.3 Model Penelitian.....	52



BAB 3 – METODE PENELITIAN	54
3.1 Desain Penelitian	54
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	54
3.3 Teknik Pengumpulan Data	56
3.4 Data dan Sumber Data.....	57
3.4.1 Data Primer.....	57
3.4.2 Data Sekunder	57
3.5 Pengukuran Variabel Penelitian.....	58
3.6 Perumusan Variabel Penelitian	60
3.6.1 Variabel Bebas.....	60
3.6.2 Variabel Terikat.....	60
3.6.3 Definisi Operasional Variabel-Variabel Penelitian	60
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian	62
3.7.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Sampel Kecil.....	62
3.7.1.1 Uji Validitas	62
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	66
3.8 Teknik Analisis Data	67
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
3.9 Uji Asumsi Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
3.9.1 Uji Normalitas Residual.....	69
3.9.2 Uji Heteroskedastisitas.....	70
3.9.3 Uji Linearitas.....	70
3.9.4 Uji Multikolinearitas.....	71
BAB IV – HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1 Subyek dan Objek Penelitian	72
4.2 Karakteristik Responden	73
4.2.1 Usia	74
4.2.2 Pendidikan.....	74
4.2.3 Penghasilan per Bulan.....	75
4.2.4 Pekerjaan	76
4.2.5 Jenis Kartu yang Dipakai	77
4.2.6 Lama Memakai Kartu	78
4.2.7 Pernah Berganti Kartu.....	78
4.2.8 Deskripsi Objek Penelitian.....	79
4.3 Deskriptif Penilaian Rata-Rata (<i>Mean</i>) Responden Terhadap Variabel-Variabel Penelitian	80
4.4 Pengujian Instrumen Penelitian	81
4.4.1 Uji Validitas	81
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	84
4.5 Uji Asumsi Linier Berganda	85
4.5.1 Uji Normalitas Residual.....	85
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas dan Uji Linearitas.....	87



4.5.3 Uji Multikolinearitas	89
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	91
4.6.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Untuk Pengaruh X pada Y1 (Loyalitas Afektif).....	91
4.6.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Untuk Pengaruh X pada Y2 (Loyalitas Tindakan)	93
4.6.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Untuk Pengaruh X pada Y (Loyalitas).....	95
4.7 Uji Hipotesis	97
4.7.1 Uji Hipotesis Antara Variabel-variabel Bebas dengan Loyalitas Afektif (<i>Attitudinal Loyalty</i>)	98
4.7.1.1 Uji Hipotesis Antara Kepuasan Pelanggan (<i>Satisfaction</i>) dengan Loyalitas Afektif (<i>Attitudinal Loyalty</i>).....	98
4.7.1.2 Uji Hipotesis Antara Nilai (<i>Value</i>) dengan Loyalitas Afektif (<i>Attitudinal Loyalty</i>).....	99
4.7.1.3 Uji Hipotesis Antara Resistensi Untuk Berpindah (<i>Resistance to Change</i>) dengan Loyalitas Afektif (<i>Attitudinal Loyalty</i>).....	100
4.7.1.4 Uji Hipotesis Antara <i>Brand Affect</i> dengan Loyalitas Afektif (<i>Attitudinal Loyalty</i>).....	101
4.7.1.5 Uji Hipotesis Antara Kepercayaan (<i>Trust</i>) dengan Loyalitas Afektif (<i>Attitudinal Loyalty</i>)	102
4.7.1.6 Uji Hipotesis Antara Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>) dengan Loyalitas Afektif (<i>Attitudinal Loyalty</i>)	103
4.7.2 Uji Hipotesis Antara Variabel-variabel Bebas dengan Loyalitas Tindakan (<i>Behavioral Loyalty</i>).....	104
4.7.2.1 Uji Hipotesis Antara Kepuasan Pelanggan (<i>Satisfaction</i>) dengan Loyalitas Tindakan (<i>Behavioral Loyalty</i>).....	104
4.7.2.2 Uji Hipotesis Antara Nilai (<i>Value</i>) dengan Loyalitas Tindakan (<i>Behavioral Loyalty</i>).....	105
4.7.2.3 Uji Hipotesis Antara Resistensi Untuk Berpindah (<i>Resistance to Change</i>) dengan Loyalitas Tindakan (<i>Behavioral Loyalty</i>).....	106
4.7.2.4 Uji Hipotesis Antara <i>Brand Affect</i> dengan Loyalitas Tindakan (<i>Behavioral Loyalty</i>).....	107
4.7.2.5 Uji Hipotesis Antara Kepercayaan (<i>Trust</i>) dengan Loyalitas Tindakan (<i>Behavioral Loyalty</i>).....	107
4.7.2.6 Uji Hipotesis Antara Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>) dengan Loyalitas Tindakan (<i>Behavioral Loyalty</i>)	108
4.7.3 Uji Hipotesis Antara Variabel-variabel Bebas dengan Loyalitas (<i>Loyalty</i>)..	109
4.7.3.1 Uji Hipotesis Antara Kepuasan Pelanggan (<i>Satisfaction</i>) dengan Loyalitas (<i>Loyalty</i>)	110
4.7.3.2 Uji Hipotesis Antara Nilai (<i>Value</i>) dengan Loyalitas (<i>Loyalty</i>).....	111
4.7.3.3 Uji Hipotesis Antara Resistensi Untuk Berpindah (<i>Resistance to Change</i>) dengan Loyalitas (<i>Loyalty</i>)	112
4.7.3.4 Uji Hipotesis Antara <i>Brand Affect</i> dengan Loyalitas (<i>Loyalty</i>)	112



4.7.3.5 Uji Hipotesis Antara Kepercayaan (<i>Trust</i>) dengan Loyalitas (<i>Loyalty</i>)	113
4.7.3.6 Uji Hipotesis Antara Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>) dengan Loyalitas (<i>Loyalty</i>).....	114
4.8 Hasil Uji Hipotesis	115
BAB V – KESIMPULAN DAN SARAN	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Keterbatasan	119
5.3 Saran	119
5.3.1 Bagi Manajemen	119
5.3.2 Bagi Pelaku Pemasar	120
5.3.3 Bagi Penelitian Mendatang	121
DAFTAR PUSTAKA.....	122