

## DAFTAR ISI

<b>Lembar Judul .....</b>	<b>i</b>
<b>Lembar pengesahan .....</b>	<b>ii</b>
<b>Lembar pernyataan .....</b>	<b>iii</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>iv</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>vi</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xii</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xiii</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Praktis .....	7
1.5.2 Manfaat Akademis .....	7
1.6 Lingkup Penelitian .....	7
1.7 Sistematika Penulisan.....	8

<b>BAB II. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1 Pemasaran.....	10
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	10
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	11
2.1.3 Tujuan Pemasaran .....	12
2.1.4 Strategi Pemasaran .....	13
2.1.5 Bauran Pemasaran .....	14
2.2 Produk dan Tingkatan Produk.....	16
2.3 Kualitas.....	17
2.3.1 Kualitas Produk .....	18
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk .....	19
2.4 Harga .....	20
2.4.1 Indikator Harga .....	21
2.5 Promosi.....	21
2.6 Definisi Merek.....	24
2.6.1 Citra Merek .....	26
2.6.2 Indikator Citra Merek.....	28
2.7 Citra Perusahaan.....	29
2.7.1 Faktor-faktor yang Memengaruhi Citra Perusahaan .....	29
2.8 Loyalitas Konsumen.....	31
2.8.1 Jenis-Jenis Loyalitas.....	32
2.9 Penelitian Terdahulu.....	34
2.10 Pengembangan Hipotesis .....	35

2.11 Rerangka Penelitian.....	39
<b>BAB III. METODA PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian.....	40
3.2 Populasi dan Sampel .....	40
3.3 Variabel Instrumen Penelitian .....	41
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	42
3.5 Metoda Analisis Data .....	46
3.5.1 Uji Instrumen.....	47
3.5.1.1 Uji Validitas .....	47
3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	49
3.5.2 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	50
3.5.3 Menilai Keseluruhan Model.....	50
3.5.4 Menguji Kelayakan Model Regresi.....	51
3.5.5 Koefisien Determinasi (Nagelkerke R Square).....	52
3.5.6 Regresi Logistik Multinomial .....	52
3.5.7 Statistik Deskriptif.....	55
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1 Gambaran Umum Responden .....	56
4.2 Analisis Data dan Pembahasan.....	58
4.2.1 Menilai Keseluruhan Model.....	58
4.2.2 Uji Goodness of Fit .....	59
4.2.3 Uji Koefisien Determinasi.....	59
4.2.4 Interpretasi Model .....	60

4.2.5 Hasil Statistik Deskriptif .....	62
4.2.6 Persepsi atas Promosi, Kualitas Produk, Kewajaran Harga, Citra Merek dan Citra Perusahaan .....	64
4.3 Pengujian dan Pembahasan Hipotesis .....	67
4.3.1 Hipotesis Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Pertama (H1) .....	67
4.3.2 Hipotesis Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Kedua (H2) .....	68
4.3.3 Hipotesis Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Ketiga (H3) .....	69
4.3.4 Hipotesis Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Keempat (H4) .....	71
4.3.5 Hipotesis Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Kelima (H5) .....	72
4.3.6 Promosi, Kualitas Produk, Kewajaran Harga, Citra Merek, Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	73
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
5.1 Kesimpulan .....	74
5.2 Saran .....	76
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>79</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>83</b>