

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Lingkup Penelitian.....	7
1.5.1 Model Penelitian.....	7
1.5.2 Objek Penelitian.....	7
1.5.3 Lokasi Penelitian.....	9
1.5.4 Waktu Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
2.1 Profil Variabel dan Teori Dasar.....	11
2.1.1 Empat komponen bauran pemasaran.....	11
2.1.2 Identifikasi merek.....	14
2.1.3 Citra merek.....	14
2.1.4 Kecintaan merek.....	15
2.1.5 Loyalitas merek.....	15
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	16
2.2.1 Pengaruh bauran komunikasi pemasaran pada identifikasi merek dan citra merek.....	16
2.2.2 Pengaruh identifikasi merek pada citra merek, kecintaan merek, dan loyalitas merek.....	19
2.2.3 Pengaruh citra merek pada kecintaan merek dan loyalitas merek.....	20
2.2.4 Pengaruh kecintaan merek pada loyalitas merek.....	21
2.3 Model Penelitian.....	21

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Strategi Penelitian.....	23
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	23
3.2.1 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	23
3.2.2 Identifikasi Merek	26
3.2.3 Citra Merek.....	26
3.2.4 Kecintaan Merek	27
3.2.5 Loyalitas Merek.....	28
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	28
3.3.1 Populasi dan Unit Sampel.....	29
3.3.2 Ukuran Sampel.....	29
3.3.3 Lokasi Penelitian	29
3.4 Skema Penyebaran Kuesioner.....	30
3.5 Obyek Penelitian.....	30
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.7 Instrumen Penelitian	32
3.8 Pengujian Instrumen	33
3.8.1 Uji Validitas.....	33
3.8.2 Uji Reliabilitas	34
3.9 Metode Analisis Data	34
3.9.1 Metode Analisis Data.....	34
3.9.2 <i>Goodness-of-Fit</i>	35
3.9.3 Tingkat Signifikansi.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Karakteristik Data	37
4.1.1 Jenis Kelamin.....	37
4.1.2 Usia	38
4.1.2 Domisili.....	38
4.1.3 Status Pekerjaan	39
4.1.4 Penghasilan Perbulan.....	39
4.1.5 Frekuensi Kunjungan Kedai Kopi	40
4.2 Uji Instrumen.....	40
4.2.1 Uji Validitas.....	40
4.2.2 Uji Reliabilitas	42

4.3 Uji <i>Goodness of fit</i>	43
4.4 Uji Hipotesis	44
4.5 Ringkasan Hasil Uji Hipotesi.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Implikasi Manajerial.....	62
5.3 Keterbatasan Penelitian	65
5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67