

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3 Identifikasi Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	10
1.6 Sistematika Penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka .....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	12
2.1.2 Brand Loyalty .....	15
2.1.3 Citra Merek .....	17
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	21
2.1.5 Hubungan Variabel.....	26
2.1.6 Penelitian Terdahulu .....	28
2.2 Kerangka Pemikiran .....	38
2.3 Hipotesis Penelitian.....	42
2.4 Ruang Lingkup Penelitian .....	42

BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis Penelitian .....	43
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	43
3.2.1 Variabel Independen (Bebas).....	43
3.2.2 Variabel Dependen (Terikat) .....	44
3.3 Tahapan Penelitian .....	48
3.4 Populasi dan Sampel .....	49
3.4.1 Populasi.....	49
3.4.2 Sampel .....	49
3.5 Pengumpulan Data .....	50
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
3.6.1 Uji Validitas.....	51
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	52
3.7 Teknik Analisis Data .....	52
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	53
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
3.7.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	54
3.8 Pengujian Hipotesis .....	54
3.8.1 Uji Parsial (Uji t).....	54
3.8.2 Uji Simultan (Uji F).....	55
BAB IV .....	56
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Gambaran Responden.....	56
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	57
4.2.1 Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	57
4.2.2 Variabel <i>Brand Image</i> .....	58
4.2.3 Variabel Keputusan Pembelian.....	58
4.2.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
4.3 Analisis Deskriptif.....	60
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i> (X1).....	60
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi <i>Brand Image</i> (X2).....	61
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	63
4.4 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linear berganda .....	64
4.5 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi .....	65
4.6 Hasil Uji Hipotesis t .....	66

4.7 Hasil Uji Hipotesis F .....	67
4.8 Pembahasan .....	67
4.8.1 <i>Brand Loyalty</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	67
4.8.2 <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	68
4.8.3 <i>Brand Loyalty</i> dan <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	69
BAB V.....	70
KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran .....	71