

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAA KEASLIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	ivv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ixx
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 WOM (<i>Word Of Mouth</i>).....	7
2.1.1 Dimensi WOM (<i>Word Of Mouth</i>)	8
2.1.2 Indikator	8
2.2 Citra Merek	9
2.2.1 Indikator Citra Merek	10
2.2.2 Dimensi Citra Merek.....	11
2.3 Harga	12
2.3.1 Dimensi dan Indikator Harga	13
2.4 Loyalitas Pelanggan	13
2.4.1 Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	15
2.4.2 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	16

2.5	Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
2.6	Hubungan Antar Variabel.....	20
2.7	Hipotesis	22
2.8	Model Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN.....		23
3.1	Desain Penelitian.....	23
3.2	Jenis dan Sumber data.....	23
3.2.1	Jenis Data	23
3.2.2	Sumber Data.....	23
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	24
3.3.1	Populasi	24
3.3.2	Sampel.....	24
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	25
3.4.1	Variabel Bebas (X)	26
3.4.2	Variabel Terikat (Y).....	26
3.5	Operasional Variabel	27
3.6	Teknik Kualitas Data.....	27
3.6.1	Uji Validitas.....	27
3.6.2	Uji Reliabilitas	28
3.7	Uji Persyaratan Analisa Data	28
3.7.1	Uji Normalitas	28
3.7.2	Uji Multikolonieritas.....	29
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	29
3.8	Teknik Analisis Data	30
3.8.1	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	30
3.9	Uji Hipotesis	30
3.9.1	Uji F	30
3.9.1	Uji t	30
3.9.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		32
4.1	Data Hasil Penelitian	32

4.1.1 Karakteristik Responden	32
4.2 Uji Asumsi Klasik	37
4.2.1 Uji Normalitas	37
4.2.2 Uji Multikolinearitas	38
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	39
4.3 Analisis Data	39
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	39
4.3.2 Uji F	41
4.3.3 Uji t	41
4.3.4 Koefisien Determinasi (R^2)	42
BAB V PEMBAHASAN.....	44
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	44
5.1.1 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> (WOM) (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y).....	44
5.1.2 Pengaruh Citra Merek (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y).....	44
5.1.3 Pengaruh Harga (X_3) terhadap loyalitas pelanggan (Y).....	45
5.1.4 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> (WOM) (X_1), Citra Merek (X_2), dan Harga (X_3) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	45
5.1.5 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> (WOM) lebih dominan terhadap loyalitas pelanggan.....	46
5.2 Temuan Penelitian.....	46
5.3 Keterbatasan Penelitian	47
BAB VI PENUTUP	48
6.1 Kesimpulan	48
6.2 Saran.....	48
6.3 Implikasi Penelitian	49
6.3.1 Implikasi Teoritis.....	50
6.3.2 Implikasi Praktisi	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	54