

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Pembatasan Masalah	9
1.3. Rumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Citra Merek	13
2.1.1. Pengertian Citra Merek	13
2.1.2. Memilih Elemen Merek	14
2.1.3. Tujuan Penggunaan Merek	15
2.1.4. Dimensi Citra Merek	16
2.2. Produk	17
2.2.1. Pengertian Produk	17
2.2.2. Klasifikasi Produk	18
2.2.3. Dimensi Kualits Produk	20
2.3. Periklanan	21
2.3.1. Pengertian Periklanan	22
2.3.2. Tujuan Iklan	22
2.3.3. Dimensi Iklan	24
2.4. Kepuasan	25
2.4.1. Pengertian Kepuasan	25

2.4.2. Dimensi Kepuasan	27
2.5. Loyalitas	27
2.5.1. Pengertian Loyalitas	27
2.5.2. Dimensi Loyalitas Pelanggan	30
2.6. Hasil Penelitian Sebelumnya	31
2.7. Hubungan Antar Variabel	33
2.7.1. Hubungan antara Citra merek dengan Kepuasan Pelanggan.....	33
2.7.2. Hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan	34
2.7.3. Hubungan antara Iklan dengan Kepuasan Pelanggan...	35
2.7.4. Hubungan antara Kepuasan dengan Loyalitas Pelanggan.....	35
2.7.5. Hubungan antara Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan	36
2.7.6. Hubungan antara Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan	37
2.7.7. Hubungan antara Iklan dengan Loyalitas Pelanggan ...	37
2.7.8. Hipotesis	38
2.7.9. Model Penelitian	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Riset	41
3.2. Jenis dan Sumber Data	42
3.2.1. Jenis Data.....	42
3.2.2. Sumber Data	42
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	43
3.3.1. Populasi	43
3.3.2. Sampel	43
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.3.3.1. Skala Likert	44
3.4. Unit Analisis	45
3.5. Definisi Operasional Variabel	45
3.5.1. Variabel Independen.....	46
3.5.1.1. Citra Merek.....	56
3.5.1.2. Kualitas Produk	47
3.5.1.3. Iklan	48
3.5.1.4. Kepuasan	49
3.5.1.5. Loyalitas Pelanggan	49
3.5.4. Loyalitas Pelanggan	50
3.6 Teknik Analisis Data	51
3.6.1. Uji Validitas.....	51
3.6.2. Uji Reliabilitas	52

3.6.3. Analisis Jalur Path	53
3.6.4. Model Analisis Jalur	54
3.6.5. Uji t dan Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Karakteristik Responden	58
4.1.1. Karakteristik Responden.....	58
4.1.1.1. Responden Beng-Beng Berdasarkan Jenis kelamin	58
4.1.1.2. Responden Beng-Beng Berdasarkan Usia	59
4.1.1.3. Responden Beng-Beng Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
4.1.1.4. Responden Beng-Beng Berdasarkan Pekerjaan	60
4.1.1.5. Responden Beng-Beng Berdasarkan Penghasilan.....	61
4.1.1.6. Responden Beng-Beng Berdasarkan Frekuensi Mengonsumsi Selama Satu Bulan	62
4.2. Hasil Instrumen Penelitian	62
4.2.1. Uji Validitas	62
4.2.1.1. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_1)	63
4.2.1.2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	63
4.2.1.3. Hasil Uji Variabel Iklan (X_3)	65
4.2.1.4. Hasil Uji Variabel Kepuasan (Z)	65
4.2.1.5. Hasil uji Variabel Loyalitas (Y)	68
4.2.1. Uji Reliabilitas	68
4.2.2.1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek	69
4.2.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	69
4.2.2.3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Iklan	70
4.2.2.4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan	70
4.2.2.5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas	71
4.3. Analisis Path (Diagram Jalur).....	71
4.3.1. Tahap Pertama	72
4.3.2. Tahap Kedua	75
4.3.3. Tahap Kedua Model Trimming	76
4.3.4. Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II	78
4.3.4.1. Pengaruh Citra Merek Melalui Kepuasan Terhadap Loyalitas	79
4.3.4.2. Pengaruh Kualitas Produk Melalui Kepuasan	

Terhadap Loyalitas	80
4.3.4.3. Pengaruh Iklan Melalui Kepuasan Terhadap Loyalitas	80
4.4. Pembahasan Hasil penelitian	81
4.4.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan	81
4.4.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan	82
4.4.3. Pengaruh Iklan Terhadap Kepuasan	83
4.4.4. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas	83
4.4.5. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas.....	84
4.4.6. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas	85
4.4.7. Pengaruh Iklan Terhadap Loyalitas	86
4.4.8. Pengaruh Citra Merek Melalui Kepuasan Terhadap Loyalitas	86
4.4.9. Pengaruh Kualitas Produk Melalui Kepuasan Terhadap Loyalitas	87
4.4.10. Pengaruh Iklan Melalui Kepuasan Terhadap Loyalitas	88
4.5. Temuan Penelitian	88
4.6. Keterbatasan Penelitian	90
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN	
5.1. Kesimpulan	92
5.2. Saran	97
5.3 Implikasi Penelitian	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
1.1.	<i>Top Brand Award</i> Kategori Wafer	3
1.2.	<i>Best Brand Index</i> Kategori Wafer <i>Coating</i> Coklat.....	4
1.3.	<i>Brand Value</i>	6
2.1.	Penelitian Terdahulu.....	31
3.1.	Skala <i>Likert</i>	45
3.2.	Operasional Variabel	50
3.3.	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	53
4.1.	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	63
4.2.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	63
4.3.	Hasil Uji Validitas Variabel Iklan	65
4.4.	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan.....	65
4.5.	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas	68
4.6.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek	69
4.7.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	69
4.8.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Iklan	70
4.9.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan	70
4.10.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas	71
4.11.	Nilai Koefisien Regresi dan Uji Signifikan Tahap Pertama	72
4.12.	Nilai Koefisien Determinasi Tahap Pertama	73
4.13.	Nilai Koefisien Regresi dan Uji Signifikan Tahap Kedua	75
4.14.	Nilai Koefisien Regresi dan Uji Signifikan Tahap Kedua Model Trimming	76
4.15.	Nilai Koefisien Determinasi Tahap Kedua Model Trimming	77
4.16.	Perhitungan <i>Direct</i> , <i>Indirect</i> dan <i>Total Effect</i>	81

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
2.1.	Mengembangkan dan Mengelola Progrm Iklan Dengan 5M	22
2.2.	Model Penelitian.....	40
3.1.	Konstruksi Diagram Jalur Persamaan 1.....	55
3.2.	Konstruksi Diagram Jalur Persamaan 2	56
4.1.	Responden Beng-Beng Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2.	Responden Beng-Beng Berdasarkan Usia	59
4.3.	Responden Beng-Beng Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
4.4.	Responden Beng-Beng Berdasarkan Pekerjaan	60
4.5.	Responden Beng-Beng Berdasarkan Penghasilan	61
4.6.	Responden Beng-Beng Berdasarkan Frekuensi Mengkonsumsi Selama Satu Bulan	62
4.7.	Tahap Pertama Analisis Jalur	74
4.8.	Analisis Jalur Model Trimming	78
4.9.	Analisis Jalur Gabungan I dan II	79

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Nama Gambar	Halaman
1.	Kuesioner.....	102
2.	Data Karakteristik 30 Responden.....	110
3.	Tabulasi Pre-Test 30 Responden	111
4.	Hasil Uji Validitas	116
5.	Hasil Uji Reliabilitas	126
6.	Data Karakteristik 100 Responden	127
7.	Tabulasi 100 Responden	128
8.	Hasil Uji Path	147