

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Iklan	9
2. Citra Merek	13
3. Kepuasan Pelanggan	15

4. Loyalitas Pelanggan	17
5. Pengaruh Iklan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	21
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Pemikiran	25
D. Hipotesis	25
BAB III. METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Objek Penelitian	27
C. Populasi dan Sampel	27
1. Populasi	27
2. Sampel	28
D. Teknik Penarikan Sampel dan Ukuran Sampel	28
1. Teknik Penarikan Sampel	28
2. Ukuran Sampel	28
E. Sumber Data	29
1. Data Primer	29
2. Data Sekunder	29
F. Teknik Pengumpulan Data	29
G. Definisi Operasional dan Definisi Operasional Variabel	30
1. Definisi Operasional	30
2. Definisi Operasional Variabel	30

H. Skala Pengukuran Variabel	32
I. Pengujian Instrumen	34
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reliabilitas	36
J. Metode Analisis Data	37
1. Analisis Deskriptif	38
2. Analisis Kuantitatif	38
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil Penelitian	42
1. Analisis Deskriptif Responden	42
2. Analisis Deskriptif Variabel	45
3. Pengujian Hipotesis	48
B. Pembahasan	52
1. Pengaruh Iklan (X1), Citra Merek (X2), Kepuasan Pelanggan (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan	52
2. Top Coffee (Y) Pengaruh Iklan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan Top Coffee (Y)	52
3. Pengaruh Citra Merek (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan Top Coffee (Y)	53
4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan Top Coffee (Y)	53

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	54
A.KESIMPULAN	54
B. SARAN	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	57