

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENYATAAN KEASLIAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
HALAMAN MOTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Loyalitas Pelanggan.....	12
a) Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	12
b) Ciri Ciri Loyalitas Pelanggan.....	13
c) Indikator Loyalitas Pelanggan.....	16
2. Citra Merek.....	16
a) Pengertian Citra Merek.....	16

b) Faktor-faktor terbentuknya Citra Merek .....	17
c) Indikator Citra Merek.....	18
3. Harga .....	19
a) Pengertian Harga.....	19
b) Faktor-faktor Penetapan Harga .....	20
c) Indikator Harga .....	22
4. Promosi .....	24
a) Pengertian Promosi .....	24
b) Bentuk-bentuk Promosi.....	26
c) Tujuan Promosi .....	27
d) Indikator Promosi.....	28
B. Penelitian Terdahulu .....	29
C. Keterkaitan Antar Variabel .....	30
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	30
2. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	31
3. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	32
D. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	33
1. Kerangka Pemikiran.....	33
2. Hipotesis.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Objek Penelitian .....	38
C. Populasi.....	39
D. Sampel dan Teknik Pengambilan.....	39
1. Sampel.....	39
2. Teknik Pengambilan.....	39
E. Jenis Data Penelitian .....	41
F. Definisi Operasional Variabel.....	42
1. Variabel Independen (X).....	42
a) Citra Merek (X1).....	42

b) Harga (X2) .....	43
c) Promosi (X3).....	44
2. Variabel Dependen (Y) .....	44
a) Loyalitas Pelanggan (Y).....	44
G. Prosedur Pengambilan Data .....	45
1. Kuesioner .....	45
H. Skala Pengukuran Variabel .....	45
I. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	47
1. Uji Validitas .....	47
2. Uji Reliabilitas .....	49
J. Metode Analisis Data .....	50
1. Analisis Deskriptif .....	50
2. Analisis Kuantitatif .....	50
a) Analisis Linier Berganda.....	50
b) Uji t .....	51
c) Uji F .....	53
d) Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	54
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
A. Analisis Deskriptif .....	56
1. Analisis Karakteristik Responden .....	56
a) Jenis Kelamin Responden .....	56
b) Usia Responden.....	57
c) Pekerjaan Responden .....	57
d) Frekuensi Penggunaan .....	58
B. Analisis Deskripsi Variabel .....	58
1. Variabel Citra Merek.....	59
2. Variabel Harga .....	60
3. Variabel Promosi.....	61
4. Variabel Loyalitas Pelanggan .....	62

C. Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	63
1. Hasil Regresi Berganda.....	63
2. Interpretasi Persamaan Regresi .....	64
3. Uji F .....	65
4. Uji T .....	66
5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	67
D. Pembahasan.....	68
1. Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi Secara Bersamaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	68
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	69
3. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	70
4. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA .....	76

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Jasa Kurir di Indonesia tahun 2015 dan 2016.....	2
Tabel 1.2 Perbandingan JNE dan TIKI.....	4
Tabel 1.3 Perbandingan Layanan JNE dan TIKI.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1 Skala Likert pada Jawaban Kuesioner .....	46
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	58
Tabel 4.5 Persepsi Responden Variabel Citra Merek .....	59
Tabel 4.6 Persepsi Responden Variabel Harga .....	60
Tabel 4.7 Persepsi Responden Variabel Promosi .....	61
Tabel 4.8 Persepsi Responden Variabel Loyalitas Pelanggan .....	62
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	34
------------------------------------	----