

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat penelitian	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Loyalitas Merek	14
2.1.2 Kualitas	16
2.1.3 Konsep Merek	20
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Hubungan Antar Variabel	28
2.4 Kerangka Pemikiran	31
2.5 Hipotesis	31

BAB III.....	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis penelitian.....	32
3.2 Objek dan Waktu Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sampel.....	33
3.4 Klasifikasi Variabel Penelitian	35
3.5 Sumber Data	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7 Definisi Konsep dan Operasional Variabel	36
3.8 Teknik Pengukuran Data	42
3.9 Analisis Data.....	42
BAB IV.....	47
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Karakteristik Responden.....	47
4.1.2 Analisis Distribusi Frekuensi.....	50
4.1.2.1 Analisis Distribusi Frekuensi Variabel <i>Product Quality</i>	51
4.1.2.2 Analisis Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i>	52
4.1.2.3 Analisis Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Loyalty</i>	53
4.1.3 Uji Validitas.....	54
4.1.4 Uji Reliabilitas	55
4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.1.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.1.7 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	58
4.1.8 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	59
4.2 Pembahasan Hasil	61
4.2.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	61
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	62
4.2.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> Dan <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	64

BAB V	66
KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	72