

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	13
1.3. Batasan Masalah	13
1.4. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	14
1.4.1. Tujuan Penelitian	14
1.4.2. Kontribusi Penelitian	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teori	16
2.1.1. Pengertian Pemasaran	16
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2.2. Citra Merek	18
2.2.1. Pengertian Citra Merek	18
2.2.2. Tipe Merek.....	19
2.2.3. Peran Merek	20

2.2.4.	Manfaat Citra Merek	21
2.2.5.	Pengukuran Citra Merek	22
2.3.	Iklan	24
2.3.1.	Pengertian Iklan	24
2.3.2.	Tujuan Iklan	25
2.3.3.	Jenis Iklan	25
2.3.4.	Media Iklan	27
2.3.5.	Sifat Iklan	28
2.4.	Kepuasan Konsumen	28
2.4.1.	Pengertian Kepuasan Konsumen	28
2.4.2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	29
2.4.3.	Strategi Kepuasan Konsumen	31
2.4.4.	Pengukuran Kepuasan Konsumen	32
2.4.5.	Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen.....	33
2.5.	Loyalitas Merek	34
2.5.1.	Pengertian Loyalitas Merek	34
2.5.2.	Fungsi Loyalitas Merek	35
2.5.3.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek.....	36
2.5.4.	Ciri-Ciri Loyalitas Merek Pada Konsumen	37
2.5.5.	Pengukuran Loyalitas Merek.....	38
2.6.	Penelitian Terdahulu	40
2.7.	Rerangka Konseptual.....	44
2.8.	Hipotesis	46

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	48
3.1.1.	Waktu Penelitian.....	48
3.1.2.	Tempat Penelitian	48
3.2.	Desain Penelitian	49
3.3.	Definisi Operasional Variabel	49
3.3.1.	Definisi Variabel	49
3.3.2.	Definisi Operasional Variabel.....	52

3.4. Pengukuran Variabel	56
3.5. Populasi dan Sampel.....	57
3.5.1. Populasi.....	57
3.5.2. Sampel.....	57
3.6. Teknik Pengumpulan Data	58
3.7. Jenis Data Penelitian.....	58
3.8. Metode Analisis Data	59
3.8.1. Analisis Model Persamaan (<i>Structure Equation Model</i>)	59
3.9. Langkah-Langkah Pengujian Analisis PLS	61

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65
4.2. Hasil Uji Deskriptif.....	68
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	70
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	71
4.3. Deskripsi Jawaban Responden.....	72
4.3.1. Variabel Citra Merek.....	72
4.3.2. Variabel Iklan.....	73
4.3.3. Variabel Kepuasan Konsumen.....	74
4.3.4. Variabel Loyalitas Merek.....	75
4.4. Metode Analisa Data: <i>SEM – Partial Least Square (PLS)</i>	76
4.4.1. Evaluasi Measurement Model (<i>Outer Model</i>).....	77
4.4.2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	85
4.5. Pembahasan.....	88
4.5.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	88
4.5.2. Pengaruh Iklan Terhadap Loyalitas Merek.....	89
4.5.3. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek.....	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	92
----------------------	----

5.2. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	99

