

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II .....	9
KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	9
A. Manajemen Pemasaran.....	9
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2. Tugas Manajemen Pemasaran.....	9
3. Konsep Pemasaran .....	10
4. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	11

B. Merek ( <i>Brand</i> ) .....	14
1. Pengertian <i>Brand</i> .....	14
2. Fungsi <i>Brand</i> .....	15
3. Peran <i>Brand</i> .....	15
C. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	16
1. Pengertian citra merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	16
2. Faktor-faktor pembentuk citra merek ( <i>brand image</i> ) .....	17
3. Dimensi <i>Brand Image</i> (citra merek).....	18
4. Indikator <i>brand image</i> (citra merek) .....	18
D. Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction</i> ).....	19
1. Pengertian kepuasan pelanggan ( <i>Customer Satisfaction</i> ) .....	19
2. Faktor pendorong <i>Customer Satisfaction</i> (kepuasan pelanggan) .....	20
3. Pengukuran customer satisfaction .....	21
4. Dimensi <i>customer satisfaction</i> .....	22
5. Indikator <i>customer satisfaction</i> .....	23
E. Kecintaan Merek ( <i>Brand Love</i> ).....	23
1. Pengertian <i>Brand Love</i> .....	23
2. Karakteristik cinta merek ( <i>Brand Love</i> ) .....	24
3. Tingkat Ekspresi Konsumen Terhadap Merek.....	25
4. Dimensi Cinta Merek ( <i>brand love</i> ).....	25
5. Indikator <i>brand love</i> (Cinta Merek) .....	25
F. Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ).....	26
1. Pengertian Loyalitas Merek .....	26
2. Pengukuran loyalitas merek ( <i>Brand Loyalty</i> ) .....	27
3. Tahap-tahap pembentukan loyalitas merek ( <i>brand loyalty</i> ).....	28
4. Karakteristik Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ) .....	30

5. Manfaat Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ) .....	32
6. Dimensi Loyalitas Konsumen ( <i>Brand Loyalty</i> ) .....	32
7. Indikator Loyalitas Konsumen ( <i>Brand Loyalty</i> ) .....	33
G. Penelitian Terdahulu .....	34
H. Hubungan Antara Variabel .....	39
1. <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Brand Love</i> .....	39
2. <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Brand Love</i> .....	40
3. <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	40
4. <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	41
5. <i>Brand Love</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	41
I. Rerangka Pemikiran .....	42
BAB III .....	43
METODE PENELITIAN .....	43
A. Waktu Dan Tempat Penelitian .....	43
1. Waktu Penelitian .....	43
2. Tempat Penelitian .....	43
B. Desain Penelitian .....	43
C. Definisi Variabel dan Operasional Variabel Penelitian .....	44
1. Definisi Variabel .....	44
2. Operasionalisasi Variabel .....	46
D. Populasi dan Sampel .....	48
E. Teknik Pengumpulan Data .....	49
F. Metode Analisis .....	51
BAB IV .....	55
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	55
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	55

B. Analisis Deskriptif .....	56
1. Karakteristik Responden.....	56
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	63
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model .....	63
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	71
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	74
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Love</i> .....	74
2. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Love</i> .....	75
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	76
4. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	76
5. Pengaruh <i>Brand Love</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	77
BAB V .....	79
KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
A. Kesimpulan .....	79
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81