

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	4
D. Tujuan & Kegunaan Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Konsep Merek	6
B. Persepsi Konsumen	8
1. Konsep Dasar Persepsi Konsumen	8
2. Dimensi Persepsi Konsumen	10
C. Loyalitas Merek	12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
A. Gambaran Umum Perusahaan	17
1. Lokasi Penelitian	17
2. Sejarah Singkat & Perkembangan Perusahaan	17
3. Produk & Standar Jasa Layanan	19
4. Sumber Daya Manusia Struktur Organisasi Perusahaan	21

B. Metode Penelitian	22
C. Sampel Penelitian	22
D. Metode/Teknik Pengambilan Sampel	23
E. Variabel & Pengukurannya	23
F. Definisi Operasional Variabel	24
G. Metode Pengumpulan Data	26
H. Metode Pengolahan Data	26
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	28
A. Analisa Karakteristik Responden	28
B. Persepsi Konsumen Merek Clinoll Jenis Clinspray	29
1. Uji Normalitas Data Jawaban Persepsi Konsumen Merek Clinoll	30
2. Persepsi Konsumen Merek Clinoll	32
C. Loyalitas Konsumen Merek Clinoll Jenis Clinspray	40
1. Uji Normalitas Data Loyalitas Merek Clinoll	40
2. Pengukuran Loyalitas Merek Clinoll	42
D. Analisa Hubungan Persepsi Konsumen dan Loyalitas Merek Clinoll	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
A. KESIMPULAN	48
B. SARAN	49
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	