

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
III.1 Skor Angka Sikap Konsumen	24
III.2 Interpretasi Koefien Korelasi (Variabel x & y) Nilai r	27
IV.1 Jumlah Responden Berdasarkan Persentase Populasi	29
IV.2 Skor Responden Atas Variabel x	30
IV.3 Distribusi Frekwensi Variabel x	31
IV.4 Tabel Yang Diharapkan Variabel x	31
IV.5 Persepsi Konsumen Atas Kinerja	34
IV.6 Persepsi Konsumen Atas Pelayanan	34
IV.7 Persepsi Konsumen Atas Ketahanan	35
IV.8 Persepsi Konsumen Atas Kemasan	35
IV.9 Persepsi Konsumen Atas Kehandalan	36
IV.10 Persepsi Konsumen Atas Kesesuaian Spesisikasi	36
IV.11 Persepsi Konsumen Atas Persepsi Kualitas (Hasil Yang Dirasakan)	37
IV.12 Persepsi Konsumen Atas Alasan Positif Untuk Membeli	37
IV.13 Persepsi Konsumen Atas Differensiasi Produk	38
IV.14 Persepsi Konsumen Atas Harga	38
IV.15 Persepsi Konsumen Atas Saluran Distribusi & Media Periklanan..	39
IV.16 Persepsi Konsumen Atas Rencana Perluasan Merk	39
IV.17 Skor Responden Atas Variabel y	40
IV.18 Distribusi Frekuensi Variabel y	41
IV.19 Tabel Yang Diharapkan variabel y	41

IV.20	Loyalitas Merk Atas Tingkat Pembelian Ulang	43
IV.21	Loyalitas Merk Atas Biaya Penggantian Merk	44
IV.22	Loyalitas Merk Atas Kepuasan Pelanggan	44
IV.23	Loyalitas Merk Atas Kesukaan Terhadap Merk	45
IV.24	Loyalitas Merk Atas Komitmen Pelanggan	45
IV.25	Tabel Penolong Perhitungan Variabel x & y	46
IV.26	Interprestasi Koefien Korelasi (Variabel x & y) Nilai r	47

DAFTAR GAMBAR

III.1	Struktur Organisasi Perusahaan CV. Clinoll Niagatama Tahun 2007.	22
IV.1	Disribusi Frekuensi 13 Sampel Variabel x (Persepsi Konsumen).....	33
IV.2	Disribusi Frekuensi 13 Sampel Variabel y (Loyalitas Merek).....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Surat Keterangan Melaksanakan Penelitian Di Perusahaan CV. Clinoll Niagatama
2. Kuesioner Penelitian
3. Brosur CV. Clinoll Niagatama