

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR TABEL..... xi

DAFTAR GAMBAR..... xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah..... 11

1.2.1 Identifikasi Masalah 11

1.2.2 Rumusan Masalah 12

1.3 Tujuan Penelitian..... 12

1.4 Manfaat Penelitian..... 12

1.4.1 Manfaat Teoritis 13

1.4.2 Manfaat Praktis 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

HIPOTESIS..... 14

2.1 Kajian Pustaka..... 14

2.1.1 Teori Ilmu Manajemen..... 14

2.1.1.1 Pengertian Manajemen 14

2.1.1.2 Fungsi Manajemen	15
2.1.1.3 Peran Manajemen	17
2.1.1.4 Sarana Manajemen.....	18
2.1.1.5 Prinsip Manajemen	19
2.1.1.6 Bidang-Bidang Manajemen	21
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.2.2 Peranan Manajemen Pemasaran	25
2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran	26
2.1.2.4 Elemen Inti Pemasaran	27
2.1.2.5 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	31
2.1.2.6 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran	33
2.1.3 Kajian Variabel Yang Diteliti	34
2.1.3.1 Kepercayaan Merek.....	34
2.1.3.1.1 Pengertian Kepercayaan Merek	34
2.1.3.1.2 Konsep Kepercayaan Merek.....	35
2.1.3.1.3 Karakteristik Kepercayaan Merek	36
2.1.3.1.4 Indikator Kepercayaan Merek	37
2.1.3.2 Respon Emosional	40
2.1.3.2.1 Pengertian Resepon Emosional	40
2.1.3.2.2 Dimensi Respon Emosional.....	42
2.1.3.2.3 Bentuk Respon Emosional.....	43
2.1.3.2.4 Indikator Respon Emosional.....	43

2.1.3.3	Loyalitas Pelanggan.....	44
2.1.3.3.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	44
2.1.3.3.2	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	45
2.1.3.3.3	Tahapan Loyalitas Pelanggan	46
2.1.3.3.4	Indikator Loyalitas Pelanggan	48
2.1.3.4	Penelitian Terdahulu Yang relevan.....	48
2.2	Kerangka Pemikiran.....	50
2.2.1	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas	51
2.2.2	Pengaruh Respon Emosional Terhadap Loyalitas.....	52
2.2.3	Pengaruh Kepercayaan Merek, Respon Emosional	53
2.3	Hipotesis Penelitian.....	55
BAB III	METODE PENELITIAN	57
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan	57
3.2	Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel	59
3.2.1	Definisi Variabel	59
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	60
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	61
3.3.1	Populasi	61
3.3.2	Sampel.....	62
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.4.1	Sumber Data.....	64
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	64
3.5	Teknik analisis Data	66

4.2.1	Pengaruh Kepercayaan merek Terhadap Loyalitas pelanggan Pada Daya Motor Honda Ciamis	145
4.2.2	Pengaruh Respon emosional Terhadap Loyalitas pelanggan Pada Daya Motor Honda Ciamis	148
4.2.3	Pengaruh Kepercayaan merek dan Respon emosional Terhadap Loyalitas pelanggan Pada Daya Motor Honda Ciamis	150
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		155
5.1	Simpulan.....	155
5.2	Saran.....	156
DAFTAR PUSTAKA		158
LAMPIRAN.....		161

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Piramida Loyalitas	48
Tabel 2. 2	Penelitian Terdahulu	49
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel	60
Tabel 3. 2	Data Pelanggan Honda Daya Motor Ciamis	62
Tabel 3. 3	Pilihan Jawaban dan Skor Skala Likert	66
Tabel 3. 4	Pembobotan Nilai Jawaban.....	67
Tabel 3. 5	Pedoman untuk Menentukan Interpretasi Koefisien Korelasi	69
Tabel 3. 6	Pedoman untuk Menentukan Interpretasi Koefisien Korelasi	72
Tabel 3. 7	Pedoman untuk Menentukan Interpretasi Koefisien Korelasi	75
Tabel 3. 8	Jadwal Kegiatan Penelitian	78
Tabel 4. 1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	87
Tabel 4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	88
Tabel 4. 3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	88
Tabel 4. 4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	89
Tabel 4. 5	Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Motor Honda.....	90
Tabel 4. 6	Pedoman Interpretasi	91
Tabel 4. 7	Pelanggan sudah percaya dengan merek honda.....	92
Tabel 4. 8	Merek honda selalu konsisten dalam menjaga kualitasnya	92
Tabel 4. 9	Pelanggan mempunyai kepercayaan terhadap penggunaan motor honda	93

Tabel 4. 10	Pelanggan sudah percaya dengan merk honda karena memiliki ciri khas dari merek lain.....	93
Tabel 4. 11	Motor honda dapat diandalkan dalam penggunaannya.....	94
Tabel 4. 12	Motor honda mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan ...	95
Tabel 4. 13	Pelanggan bisa mengandalkan motor honda untuk kegiatan sehari-hari	95
Tabel 4. 14	Adanya kejujuran dalam mempromosikan produk motor honda...	96
Tabel 4. 15	Merek honda memberikan pelayanan secara tulus kepada pelanggan.....	96
Tabel 4. 16	Merek honda memiliki standar keamanan dalam penggunaannya	97
Tabel 4. 17	Pelanggan sudah merasa nyaman dengan keamanan motor honda	97
Tabel 4. 18	Adanya jaminan keamanan dari dealer honda yang diberikan kepada konsumen sehingga konsumen merasa nyaman.....	98
Tabel 4. 19	Rekapitulasi Kepercayaan Merek di Daya Motor Honda Ciamis Berdasarkan Kuesioner yang Disebar	99
Tabel 4. 20	Interpretasi Kepercayaan Merek pada Pelanggan Daya Motor Honda Ciamis	101
Tabel 4. 21	Pedoman Interpretasi Respon Emosional	101
Tabel 4. 22	Merasa nyaman dalam menggunakan produk honda.....	102
Tabel 4. 23	Merasa senang dalam menggunakan produk honda	102
Tabel 4. 24	Produk honda memiliki kelas tersendiri di hati pelanggan.....	103
Tabel 4. 25	Pelanggan merasa puas apabila menggunakan produk honda	103
Tabel 4. 26	Selalu menggunakan produk honda karena dapat dipercaya	104

Tabel 4. 27	Pelanggan melakukan komunikasi dengan konsumen terkait dengan produk honda.....	104
Tabel 4. 28	Pelanggan tertarik menggunakan produk honda.....	105
Tabel 4. 29	Pelanggan merasa percaya diri ketika menggunakan motor honda	106
Tabel 4. 30	Produk honda dapat memahami kebutuhan pelanggan.....	106
Tabel 4. 31	Pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik dalam menggunakan produk honda.....	107
Tabel 4. 32	Pelanggan merasa tidak ada kendala dalam menggunakan produk honda	107
Tabel 4. 33	Pelanggan telah terbiasa menggunakan produk honda	108
Tabel 4. 34	Rekapitulasi Respon Emosional di Daya Motor Honda Ciamis Berdasarkan Kuesioner yang Disebar	109
Tabel 4. 35	Interpretasi Respon Emosional pada Pelanggan Daya Motor Honda Ciamis	111
Tabel 4. 36	Pedoman Interpretasi Loyalitas Pelanggan.....	111
Tabel 4. 37	Jika membutuhkan motor, saya akan membeli merek honda	112
Tabel 4. 38	Pelanggan terbiasa membeli motor dengan merek honda	112
Tabel 4. 39	Pelanggan sudah lama menggunakan motor honda	113
Tabel 4. 40	Pelanggan tidak berpindah ke merek lain	113
Tabel 4. 41	Walaupun motor honda saya rusak namun saya akan membeli motor honda lagi sebagai pengganti	114
Tabel 4. 42	Pelanggan merekomendasikan merek honda kepada orang lain....	115

Tabel 4. 43	Pelanggan mengajak calon pelanggan lain supaya memilih motor dengan merek honda.....	115
Tabel 4. 44	Pelanggan akan selalu mengatakan hal – hal yang baik mengenai produk motor merek Honda kepada pihak lain	116
Tabel 4. 45	Pelayanan yang diberikan dealer motor honda lebih baik dibandingkan dengan merek lain	116
Tabel 4. 46	Tidak tertarik dengan pelayanan yang ditawarkan merek dari perusahaan lain selain merek honda	117
Tabel 4. 47	Akan menggunakan motor honda karena telah memberikan kepuasan dalam menggunakannya.....	118
Tabel 4. 48	Saya tidak akan berubah pendirian untuk melakukan pembelian motor Honda walaupun ada produk lain yang lebih murah.....	118
Tabel 4. 49	Rekapitulasi Loyalitas pelanggan di Daya Motor Honda Ciamis Berdasarkan Kuesioner yang Disebar	119
Tabel 4. 50	Interpretasi Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Daya Honda Motor Ciamis	121
Tabel 4. 51	Rekap Hasil Analisis Deskriptif	122
Tabel 4. 52	Data Variabel Kepercayaan merek dan Loyalitas pelanggan	123
Tabel 4. 53	Interpretasi Tingkat Koefisien Korelasi	126
Tabel 4. 54	Data Variabel Respon emosional dan Loyalitas pelanggan.....	129
Tabel 4. 55	Interpretasi Tingkat Koefisien Korelasi.....	132
Tabel 4. 56	Data Variabel Kepercayaan Merek, Respon Emosional dan Loyalitas Pelanggan.....	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian.....	55
Gambar 3. 1 Komponen dan Proses Penelitian Kuantitatif (Modifikasi)	58
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Daya Motor Ciamis	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Bimbingan	161
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian.....	162
Lampiran 3. Surat Balasan Penelitian	163
Lampiran 4. Database.....	164
Lampiran 5. Kuesioner Penelitian.....	165
Lampiran 6. Hasil Angket Tentang Variabel X1	170
Lampiran 7. Hasil Angket Tentang Variabel X2	173
Lampiran 8. Hasil Angket Tentang Variabel Y	176
Lampiran 9. Tabel Frekuensi Variabel XI	179
Lampiran 10. Tabel Frekuensi Variabel X2.....	182
Lampiran 11. Tabel Frekuensi Variabel Y.....	185
Lampiran 12. Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji t)	188
Lampiran 13. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	191
Lampiran 14. Tabel r.....	194
Lampiran 15. Hasil Uji Regresi Variabel X1 terhadap Variabel Y	197
Lampiran 16. Hasil Uji Regresi Variabel X2 terhadap Variabel Y	198
Lampiran 17. Hasil Uji Regresi Variabel X1 Dan X2 Terhadap Variabel Y	199