

## DAFTAR ISI

### COVER/HALAMAN MUKA

LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	11
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	11
1.2.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	12
1.4.2 Manfaat Praktis .....	13

### BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Kajian Pustaka .....	14
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen ( <i>Grand Theory</i> ) .....	14
2.1.1.1 Definisi Manajemen .....	14
2.1.1.2 Unsur-Unsur Manajemen.....	15
2.1.1.3 Fungsi-Fungsi Manajemen .....	16
2.1.1.4 Peranan Manajemen .....	17
2.1.1.5 Bidang-Bidang Manajemen .....	18
2.1.2 Bidang Kajian Manajemen Pemasaran ( <i>Middle Theory</i> ) ....	20
2.1.2.1 Definisi Pemasaran .....	20
2.1.2.2 Definisi Manajemen Pemasaran .....	21
2.1.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran .....	21
2.1.2.4 Fungsi Manajemen Pemasaran .....	23
2.1.3 Kajian Variabel yang Diteliti ( <i>Applied Theory</i> ).....	24
2.1.3.1 <i>Brand Image</i> .....	24
2.1.3.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	24
2.1.3.1.2 Faktor-Faktor Untuk Meningkatkan <i>Brand Image</i> .....	25
2.1.3.1.3 Dimensi <i>Brand Image</i> .....	26
2.1.3.1.4 Indikator <i>Brand Image</i> .....	27
2.1.3.1.4 Manfaat <i>Brand Image</i> .....	27
2.1.3.2 Kepuasan Pelanggan .....	28
2.1.3.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	28
2.1.3.2.2 Aspek-Aspek Kepuasan Pelanggan .....	29

2.1.3.2.3 Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	29
2.1.3.2.4 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	30
2.1.3.2.5 Atribut-Atribut Pembentukan Kepuasan Konsumen .....	31
2.1.3.3 Loyalitas Pelanggan .....	31
2.1.3.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	31
2.1.3.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	32
2.1.3.3.3 Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan .....	33
2.1.3.3.4 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	34
2.1.3.3.5 Tahapan-Tahapan Loyalitas Pelanggan ....	34
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	35
2.2 Kerangka Pemikiran .....	39
2.2.1 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	40
2.2.2 Hubungan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	41
2.2.3 Hubungan <i>Brand Image</i> dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	42
2.3 Hipotesis Penelitian .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan .....	45
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	46
3.2.1 Definisi Variabel .....	46
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	48
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	49
3.3.1 Populasi .....	49
3.3.2 Sampel .....	50
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.4.1 Sumber Data .....	52
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	54
3.5 Teknik Analisis Data .....	54
3.5.1 Analisa Deskriptif.....	55
3.5.2 Analisa Verifikatif.....	58
3.5.2.1 Analisis Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	58
3.5.2.2 Analisis Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	60
3.5.2.3 Analisis Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian .....	67
3.6.1 Tempat Penelitian .....	67
3.6.2 Waktu Penelitian .....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	63
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	63

4.1.1.1 Profil Toko Irama Elektronik .....	63
4.1.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis .....	64
4.1.1.3 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis .....	66
4.1.1.4 Job Deskripsi Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis .....	66
4.1.2 Karakteristik Responden .....	69
4.1.3 Deskripsi Variabel Yang Diteliti .....	73
4.1.3.1 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i> pada Pada Pelanggan Lampu Philips Di Irama Elektronik .....	74
4.1.3.2 Deskripsi Variabel Kepuasan Pada Pelanggan Lampu Philips Di Irama Elektronik.....	85
4.1.3.3 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Lampu Philips Di Irama Elektronik .....	94
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis .....	112
4.1.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	112
4.1.4.2 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	118
4.1.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	124
4.2 Pembahasan .....	136
4.2.1 Pengaruh <i>Brand Imge</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Lampu Philips Di Irama Elektronik.....	136
4.2.2 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Lampu Philips Di Irama Elektronik .....	137
4.2.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Lampu Philips Di Irama Elektronik .....	138
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan.....	141
5.2 Saran .....	142
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>144</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>149</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Hasil Pra Survei Loyalitas Pelanggan .....	5
Tabel 1.2	Hasil Pra Survei <i>Brand Image</i> .....	6
Tabel 1.3	Hasil Pra Survei Kepuasan .....	8
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	48
Tabel 3.2	Jumlah Pelanggan Lampu Philips di Toko Irama Elektronik .....	50
Tabel 3.3	Pilihan Jawaban dan Skor Skala Linkert .....	54
Tabel 3.4	Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien	

	Korelasi .....	58
Tabel 3.5	Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien Korelasi .....	61
Tabel 3.6	Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien Korelasi .....	64
Tabel 3.7	Jadwal Kegiatan Penelitian .....	67
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	72
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	73
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
Tabel 4.5	Interpretasi Data Untuk Setiap Pernyataan .....	76
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Perusahaan Philips merupakan perusahaan yang terbaik dibidang lampu elektronik .....	77
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Perusahaan Philips merupakan perusahaan yang mampu bersaing dengan perusahaan sejenisnya .....	78
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Perusahaan Philips memiliki citra yang baik dibandingkan dengan perusahaan sejenisnya .....	79
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk Lampu Philips yang ada di Toko Irama Elektronik memiliki kualitas yang bagus .....	80
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk lampu Philips merupakan produk lampu terbaik yang ada di Toko Irama Elektronik.....	81
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Lampu Philips yang ada di Toko Irama Elektronik memiliki banyak jenis dan tipe-tipe .....	82
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Harga Lampu Philips yang ditawarkan oleh Toko Irama Elektronik sangat sesuai dengan kualitas produknya.....	83
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Menggunakan lampu Philips menjadikan ruangan menjadi tenang .....	84
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Membeli lampu Philips karena memiliki daya tahan atau keawetan yang lama .....	85
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Menggunakan lampu Philips menjadikan hidup lebih bermakna .....	86

Tabel 4.16 Rekapitulasi Brand Image pada Pelanggan Lampu Philips di Toko Irama Elektronik.....	87
Tabel 4.17 Interpretasi Penilaian Mengenai Brand Image Pada Pelanggan Lampu Philips di Toko Irama Elektronik.....	89
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya merasa harga dari produk Lampu Philips yang ditawarkan oleh Toko Irama Elektronik terjangkau oleh pelanggan.....	90
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Harga Lampu Philips yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produknya.....	91
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya merasa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Irama Elektrik baik, sopan, dan ramah kepada pelanggan.....	92
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Layanan yang diberikan oleh Toko Irama Elektronik terus meningkat setiap harinya.....	94
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya merasa produk Lampu Philips yang ditawarkan oleh Toko Irama Elektronik merupakan produk yang sangat berkualitas.....	95
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Produk lampu Philips memiliki garansi jika terdapat produk yang rusak atau tidak bisa dipakai.....	96
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya merasa senang dan tidak menyesal melakukan pembelian Lampu Philips di Toko Irama Elektronik.....	97
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya merasa senang dan tidak menyesal melakukan pembelian Lampu Philips di Toko Irama Elektronik.....	98
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya merasa pembayaran di Toko Irama Elektrik sangat mudah.....	99
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Lokasi Toko Irama Elektronik yang mudah dijangkau dan sangat strategis.....	100
Tabel 4.28 Rekapitulasi Kepuasan pada Pelanggan Lampu Philips di Toko Irama Elektronik.....	101
Tabel 4.29 Interpretasi Penilaian Mengenai Kepuasan Pada Pelanggan Lampu Philips di Toko Irama Elektronik.....	103
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya cenderung melakukan pembelian ulang produk Lampu Philips di Toko Irama Elektronik.....	104
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Dengan setia untuk	

	membeli produk lampu Philips di Toko Irama Elektronik.....	105
Tabel 4.32	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Selain membeli produk lampu Philips, saya akan membeli produk elektronik lain di Toko Irama Elektronik .....	106
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Percaya bahwa produk lampu Philips yang ditawarkan oleh Toko Irama Elektronik sesuai dengan harapan saya .....	107
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya cenderung tetap menjadi pelanggan Lampu Philips di Toko Irama Elektronik dalam jangka panjang .....	109
Tabel 4.35	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Akan terus kembali ke Toko Irama Elektronik untuk membeli lampu Philips karena selalu konsisten dalam memberikan informasi dan pelayanan yang memuaskan .....	110
Tabel 4.36	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Tidak tertarik untuk membeli produk lampu Philips di toko yang lain.....	111
Tabel 4.37	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saya pernah memberikan referensi kepada orang lain untuk membeli produk Lampu Philips di Toko Irama Elektronik.....	112
Tabel 4.38	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Menjadikan Toko Irama Elektronik sebagai rekomendasi utama ketika seseorang bertanya tentang pembelian Lampu Philips .....	113
Tabel 4.39	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Merekomendasikan terkait lampu Philips yang terbaik ada di Toko Irama Elektronik.....	114
Tabel 4.40	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan Lampu Philips di Toko Irama Elektronik.....	115
Tabel 4.41	Interpretasi Penilaian Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Lampu Philips di Toko Irama Elektronik .....	117
Tabel 4.42	Tabulasi Data Variabel Brand Image (X1) Dan Loyalitas Pelanggan (Y) .....	118
Tabel 4.43	Tabulasi Data Variabel Kepuasan (X2) Dan Loyalitas Pelanggan (Y) .....	124
Tabel 4.44	Tabulasi Data Variabel Brand Image (X1) Kepuasan (X2) dan Loyalitas Pelanggan(Y).....	129
Tabel 4.45	Tabel Rekapitulasi Analisis Verifikatif.....	139





## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian .....	43
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Irama Elektronik .....	70

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	154
Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian .....	155
Lampiran 3 Kuisisioner Penelitian .....	156
Lampiran 4 Rekapitulasi Tanggapan Responden.....	161
Lampiran 5 Uji Korelasi .....	170
Lampiran 6 Uji Regresi .....	172

