

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	5
1.2.1. Identifikasi Masalah	5
1.2.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGAKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	7
2.1.1.1 Pengertian Ilmu Manajemen	7
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen.....	8
2.1.1.3 Peran-peran Manajemen.....	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2.2 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	13

2.1.2.4 Bauran Pemasaran	14
2.1.3 Customer trust (Kepercayaan Konsumen)	15
2.1.3.1 Pengertian Konsumen	15
2.1.3.2 Pengertian Kepercayaan Konsumen	16
2.1.4 Customer characteristics (Karakteristik Konsumen).....	16
2.1.5 Brand Loyalty (Loyalitas Merek)	17
2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan	20
2.2 Kerangka Pemikiran	25
2.2.1 Pengaruh Customer trust terhadap Brand Loyalty	25
2.2.2 Pengaruh Customer Characteristic terhadap Brand Loyalty	27
2.2.3 Pengaruh Customer trust in a brand dan Customer Characteristic terhadap Brand Loyalty	29
2.3 Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Metode Penelitian	33
3.2 Definisi dan Operasional Variabel	33
3.2.1 Definisi Variabel	34
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	34
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1 Sumber Data.....	38
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Teknik Analisa Data	40
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	40
3.5.2 Analisis Pengaruh Customer trust X1 Terhadap Brand Loyalty Y	42
3.5.3 Analisis Pengaruh Customer trust X1 dan Customer Characteristic X2 Terhadap Brand Loyalty Y.....	45
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian.....	49

3.6.1 Tempat Penelitian.....	49
3.6.2 Waktu Penelitian	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.2 Karakteristik Responden	51
4.2 Pembahasan	101
4.2.1 Pengaruh Customer Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen PT Helmi Hendra Motor Kawali	102
4.2.2 Pengaruh Customer Characteristics Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen PT Helmi Hendra Motor Kawali.....	103
4.2.3 Pengaruh Customer Trust dan Customer Characteristics Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen PT Helmi Hendra Motor Kawali	104
BAB V PENUTUP	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Motor CV. Helmi Hendra Motor Kawali Periode 2020-2022	4
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2 Pilihan Jawaban dan Skor Linkert.....	39
Tabel 3.3 Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien	43
Tabel 3.4 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	47
Tabel 3.5 Jadwal Kegiatan Penelitian	49
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4. 3 Skor Interval Klasifikasi Setiap Item Pertanyaan.....	55
Tabel 4. 4 <i>Benevolence</i> (Kesungguhan/Ketulusan)	56
Tabel 4. 5 <i>Ability</i> (Kemampuan)	56
Tabel 4. 6 <i>Integrity</i> (Integritas)	57
Tabel 4. 7 <i>Willingness to Depend</i>	58
Tabel 4. 8 Skor Interval Setiap Variabel	59
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer trust</i>	60
Tabel 4. 3 Skor Interval Setiap Item Pernyataan	62
Tabel 4. 11 Budaya	63
Tabel 4. 12 Sub-Budaya	64
Tabel 4. 13 Kelas Sosial.....	64
Tabel 4. 14 Faktor Sosial.....	65
Tabel 4. 15 Faktor Pribadi.....	66
Tabel 4. 16 Skor Interval Setiap Variabel	67
Tabel 4. 17 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer characteristics</i>	68
Tabel 4. 18 Skor Interval Setiap Item Pernyataan	70
Tabel 4. 19 Continue Purchasing	70

Tabel 4. 20 Say Positive Thing	71
Tabel 4. 21 <i>Recommend Friends</i>	72
Tabel 4. 22 Skor Interval Setiap Variabel	74
Tabel 4. 23 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand loyalty</i>	74
Tabel 4. 24 Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif	76
Tabel 4. 25 Data <i>Customer trust</i> (X1) dan <i>Brand loyalty</i> (Y).....	77
Tabel 4. 26 Data <i>Customer Trust</i> (X ₁) dan <i>Customer characteristics</i> (X ₂) terhadap <i>Brand loyalty</i> (Y)	91
Tabel 4. 27 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian	31
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal semester	53
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	113
Lampiran 3 Hasil Output SPSS	116
Lampiran 4 Surat Permohonan Izin Penelitian	119
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian	