DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS
ABSTRAK
KATA PENGANTAR ..... **i**
DAFTAR ISI ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 9
1.2.1 Identifikasi Masalah 9
1.2.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan Penelitian 10
1.4 Manfaat Penelitian 10
1.4.1 Manfaat Teoritis 10
1.4.2 Manfaat Praktis 10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS **12**
2.1 Kajian Pustaka 12
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen (*Grand Theory*) 12
2.1.1.1 Definisi Manajemen 12
2.1.1.2 Fungsi Manajemen 13
2.1.1.3 Unsur-Unsur Manajemen 14
2.1.1.4 Bidang Manajemen 17
2.1.2 Bidang Kajian Manajemen Pemasaran (*Middle Theory*) 18
2.1.2.1 Definisi Pemasaran 18
2.1.2.2 Definisi Manajemen Pemasaran 19
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran 20
2.1.2.3 Bauran Pemasaran *(Marketing Mix)* 22
2.1.2.4 *Brand* 24
2.1.3 Variabel Yang Diteliti (*Applied Theory*) 25

2.1.3.1 Definisi *Brand Resonance* 25
2.1.3.2 Indikator *Brand Resonance* 26
2.1.3.3 Sub-Dimensi *Brand Resonance* 27
2.1.3.4 Komponen-Komponen Utama dari *Brand Resonance* 28
2.1.3.5 Konsep Dasar *Brand Resonance* 30
2.1.4 Loyalitas Konsumen 31
2.1.4.1 Definisi Loyalitas Konsumen 31
2.1.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen .. 33
2.1.4.3 Jenis-Jenis Loyalitas Konsumen 34
2.1.4.4 Indikator Loyalitas Konsumen 35
2.1.5 Penelitian Terdahulu yang Relevan 35
2.2 Kerangka Pemikiran 38
2.3 Hipotesis Penelitian 39
BAB III METODE PENELITIAN 41
3.1 Metode Penelitian yang digunakan 41
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel 42
3.2.1 Definisi Variabel 42
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 44
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian (sumber data primer) 45
3.3.1 Populasi 45
3.3.2 Sampel 46
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 47
3.4.1 Sumber Data 47
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data 48
3.5 Teknik Analisis Data 49
3.5.1 Pengaruh *Brand Resonance* terhadap Loyalitas Konsumen PT 5 Hayam Indonesia 49
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian 53
3.6.1 Tempat Penelitian 53
3.6.2 Waktu Penelitian 54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 55
4.1 Hasil Penelitian 55

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 55
4.1.2 Karakteristik Responden 64
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 64
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 65
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 67
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 68
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti 69
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis 120
4.2 Pembahasan 132
4.2.1 *Brand Resonance* PT 5 Hayam Indonesia Outlet Maleber Ciamis 132
4.2.2 Loyalitas Konsumen PT 5 Hayam Indonesia Outlet Maleber Ciamis 134
4.2.3 Pengaruh *Brand Resonance* terhadap Loyalitas Konsumen..... 138
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 148
5.1 Simpulan..... 148
5.2 Saran 148
DAFTAR PUSTAKA..... 151
LAMPIRAN..... 156
RIWAYAT HIDUP 182