

DAFTAR ISI

COVER	Error!
Bookmark not defined.	
LEMBAR PENGESAHAN	Error!
Bookmark not defined.	
ABSTRAK	Error!
Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR.....	Error!
Bookmark not defined.	
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	6i
DAFTAR GAMBAR.....	10i
BAB I PENDAHULUAN.....	Error!
Bookmark not defined.	
1.1. Latar Belakang Penelitian	Error!
Bookmark not defined.	
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	Error!
Bookmark not defined.	
1.2.1. Identifikasi Masalah	Error!
Bookmark not defined.	
1.2.2. Rumusan Masalah	Error!
Bookmark not defined.	
1.3. Tujuan Penelitian.....	Error!
Bookmark not defined.	

1.4. Manfaat Penelitian.....	Error!
Bookmark not defined.	
1.4.1. Manfaat Teoritis	Error!
Bookmark not defined.	
1.4.2. Manfaat Praktis	Error!
Bookmark not defined.	

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Error! Bookmark not defined.

2.1. Kajian Pustaka.....	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.1. Teori Ilmu Manajemen.....	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.1.1. Definisi Ilmu Manajemen	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.1.2. Manajemen Modern.....	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.1.3. Fungsi-Fungsi Manajemen	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.1.4. Tujuan Manajemen	20
2.1.1.5. Tingkatan Manajemen	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.1.6. Bidang-Bidang Manajemen	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	Error!
Bookmark not defined.	

2.1.2.1. Pengertian Pemasaran	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.2.2. Pemasaran Era Industri 4.0	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.2.3. Pengertian Manajemen Pemasaran	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.2.4. Fungsi Pemasaran	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.2.5. Tujuan Pemasaran.....	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.2.6. Bauran Pemasaran.....	30
2.1.2.7. Klasifikasi Bauran Pemasaran	30
2.1.2.8. Masalah-Masalah Dalam Pemasaran	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.2.9. Strategi Pemasaran.....	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.3. Variabel Yang Diteliti	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.3.1. Customer Bonding	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.3.1.1. Pengertian <i>Customer Bonding</i>	Error!
Bookmark not defined.	
2.1.3.1.2. Indikator <i>Customer Bonding</i>	Error!
Bookmark not defined.	

2.1.3.1.3. Kelemahan dan Kekuatan Program *Customer*

Bonding **Error!**

Bookmark not defined.

2.1.3.2. Citra Merek **Error!**

Bookmark not defined.

2.1.3.2.1. Definisi Citra Merek **Error!**

Bookmark not defined.

2.1.3.2.2. Unsur Citra Merek **Error!**

Bookmark not defined.

2.1.3.2.3. Fungsi Citra Merek **Error!**

Bookmark not defined.

2.1.3.2.4. Peran Citra Merek **Error!**

Bookmark not defined.

2.1.3.2.5. Indikator Citra Merek **Error!**

Bookmark not defined.

2.1.3.3. Loyalitas Pelanggan **Error!**

Bookmark not defined.

2.1.3.3.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan **Error!**

Bookmark not defined.

2.1.3.3.2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan 40

2.1.3.3.3. Tahapan Loyalitas Pelanggan **Error!**

Bookmark not defined.

2.1.3.3.4. Indikator Loyalitas Pelanggan **Error!**

Bookmark not defined.

2.1.3.4. Penelitian Terdahulu Yang Relevan **Error!**

Bookmark not defined.

2.2. Kerangka Pemikiran 45

2.2.1. Hubungan *Customer Bonding* Terhadap Loyalitas Pelanggan

Error! Bookmark not defined.

2.2.2. Hubungan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan

Error! Bookmark not defined.

2.2.3. Hubungan *Customer Bonding* dan Citra Merek Terhadap Loyalitas

Pelanggan..... **Error!**

Bookmark not defined.

2.3. Hipotesis Penelitian..... **Error!**

Bookmark not defined.

BAB III METODE PENELITIAN Error!

Bookmark not defined.

3.1. Metode Penelitian..... **Error!**

Bookmark not defined.

3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel 53

3.2.1. Definisi Variabel **Error!**

Bookmark not defined.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel..... **Error!**

Bookmark not defined.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian **Error!**

Bookmark not defined.

3.3.1. Populasi **Error!**

Bookmark not defined.

3.3.2. Sampel.....	Error!
Bookmark not defined.	
3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	Error!
Bookmark not defined.	
3.4.1. Sumber Data.....	Error!
Bookmark not defined.	
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	Error!
Bookmark not defined.	
3.5. Teknik Analisis Data.....	60
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	61
3.5.2 Analisis Verifikatif.....	Error!
Bookmark not defined.	
3.5.2.1 Analisis Pengaruh Customer Bonding Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	Error!
Bookmark not defined.	
3.5.2.2 Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	Error!
Bookmark not defined.	
3.5.2.3 Analisis Pengaruh Customer Bonding dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	Error!
Bookmark not defined.	
3.6. Tempat dan Waktu Penelitian.....	Error!
Bookmark not defined.	
3.6.1. Tempat Penelitian.....	Error!
Bookmark not defined.	

3.6.2. Waktu Penelitian	Error!
Bookmark not defined.	
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error!
Bookmark not defined.	
4.1 Hasil Penelitian.....	Error!
Bookmark not defined.	
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	Error!
Bookmark not defined.	
4.1.1.1 Sejarah GeoffMax Footweer.....	Error!
Bookmark not defined.	
4.1.1.2 Visi dan Misi GeoffMax Store.....	Error!
Bookmark not defined.	
4.1.1.3 Struktur Organisasi GeoffMax Tasikmalaya	Error!
Bookmark not defined.	
4.1.2 Karakteristik Responden	Error!
Bookmark not defined.	
4.1.3 Deskripsi Variabel Yang Diteliti.....	81
4.1.3.1 Hasil Penelitian Tentang Customer Bonding (X1) Pada Customer Produk Geoffmax Cabang Tasikmalaya	81
4.1.3.2. Hasil Penelitian Tentang Citra Merek (X2) Pada Customer Produk GeoffMax Cabang Tasikmalaya.....	Error!
Bookmark not defined.	
4.1.3.3. Hasil Penelitian Tentang Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Customer Produk GeoffMax Cabang Tasikmalaya	Error!
Bookmark not defined.	

4.1.4. Hasil Pengujian Hipotesis **Error!**

Bookmark not defined.

4.1.4.1. Uji Pengaruh Customer Bonding (X1) dan Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Customer Produk GeoffMax Cabang Tasikmalaya

Error! Bookmark not defined.

4.1.4.2. Uji Pengaruh Citra Merek (X2) dan Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Customer Produk GeoffMax Cabang Tasikmalaya

Error! Bookmark not defined.

4.1.4.3. Uji Pengaruh Customer Bonding (X1) dan Citra Merek (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Customer Produk GeoffMax Cabang Tasikmalaya **Error!**

Bookmark not defined.

4.2. Pembahasan **Error!**

Bookmark not defined.

4.2.1. Pengaruh *Customer Bonding* Terhadap Loyalitas Pelanggan *Customer* Produk GeoffMax Cabang Tasikmalaya..... **Error!**

Bookmark not defined.

4.2.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan *Customer* Produk GeoffMax Cabang Tasikmalaya **Error!**

Bookmark not defined.

4.2.1. Pengaruh *Customer Bonding* dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan *Customer* Produk GeoffMax Cabang Tasikmalaya

Error! Bookmark not defined.

BAB III KESIMPULAN DAN SARAN **Error!**

Bookmark not defined.

5.1 Kesimpulan.....	Error!
Bookmark not defined.	
5.2 Saran.....	Error!
Bookmark not defined.	
DAFTAR PUSTAKA.....	157
LAMPIRAN-LAMPIRAN	160

DAFTAR TABEL

1.1 Pra Survey Loyalitas Pelanggan	8
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	43
3.1 Operasionalisasi Variabel	55
3.2 Data Rata-Rata Konsumen di Toko Geoffmax Cabang Tasikmalaya Periode Juli- Desember 2022.....	57
3.3 Skor Jawaban Responden	60
3.4 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Kolerasi 63	
3.5 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Kolerasi 66	
3.6 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Kolerasi 69	
3.7 Waktu Penelitian.....	73
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	79
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	79
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	80

4.5	Kriteria Interpretasi	81
4.6	Tanggapan responden tentang saya selalu ingat produk geoffmax dari media iklan dan media lainnya	82
4.7	Tanggapan responden tentang saya selalu ingat merek geoffMax dibanding dengan merek lainnya	83
4.8	Tanggapan responden tentang geoffmax cabang Tasikmalaya selalu memberikan pelayanan yang ramah bagi pelanggannya	84
4.9	Tanggapan responden tentang geoffmax cabang Tasikmalaya selalu memberikan masukan dan solusi terhadap pelanggannya.....	85
4.10	Tanggapan responden tentang geoffmax cabang Tasikmalaya memberikan kesempatan untuk berinteraksi dengan pelanggannya	86
4.11	Tanggapan responden tentang geoffmax cabang Tasikmalaya peduli dan memperhatikan setiap pelanggannya	87
4.12	Tanggapan responden tentang saya bersedia mengikuti komunitas geoffmax	88
4.13	Tanggapan responden tentang saya bersedia berbagi informasi kepada komunitas mengenai produk geoffmax cabang Tasikmalaya....	89
4.14	Tanggapan responden tentang setelah berbelanja produk geoffmax saya bersedia mereferensikan atau mempromosikan kepada teman/orang lain.....	90
4.15	Tanggapan responden tentang saya lebih percaya dengan produk-produk geoffmax dibanding dengan produk yang lain.....	91
4.16	Tanggapan responden tentang rekapitulasi hasil jawaban responden untuk variabel customer bonding(X_1)	92
4.17	Pedoman interpretasi tentang customern bonding (X_1)	94

4.18	Kriteria interpretasi	95
4.19	Tanggapan responden tentang pelanggan suka membeli produk geoffmax karena banyak promo.....	95
4.20	Tanggapan responden tentang pelanggan tertarik dengan produk geoffmax karena harganya yang murah.....	96
4.21	Tanggapan responden tentang geoffmax memiliki nama baik dikalangan pelanggan.....	97
4.22	Tanggapan responden tentang pelanggan membeli produk geoffmax karena memiliki kualitas yang bagus.....	98
4.23	Tanggapan responden tentang merek geoffmax lebih terkenal dikalangan pelanggan.....	99
4.24	Tanggapan responden tentang pelanggan membeli produk geoffmax karena memiliki citra yang baik.....	100
4.25	Tanggapan responden tentang pelanggan lebih memilih produk geoffmax dibandingkan dengan produk merek lain.....	101
4.26	Tanggapan responden tentang pelanggan tetap membeli produk geoffmax meskipun produk merek lain harganya lebih rendah.....	102
4.27	Rekapitulasi hasil jawaban responden untuk variabel citra merek (X_2).....	103
4.28	Pedoman interpretasi tentang citra merek (X_2).....	105
4.29	Kriteria interpretasi	106
4.30	Tanggapan responden tentang saya akan menggunakan produk geoffmax dimasa yang akan datang.....	106
4.31	Tanggapan responden tentang saya berkeinginan untuk terus menggunakan produk geoffmax	107

4.32	Tanggapan responden tentang saya selalu ingin tahu produk terbaru dari geoffmax agar kalau ada yang saya suka, saya akan membelinya	108
4.33	Tanggapan responden tentang saya sudah lama menggunakan produk geoffmax.....	109
4.34	Tanggapan responden tentang saya tidak berpindah ke perusahaan selain geoffmax.....	110
4.35	Tanggapan responden tentang saya mau membeli produk geoffmax pada saat promo maupun tidak ada promo kalau ada yang disukai saya, saya akan membeli produk tersebut.....	111
4.36	Tanggapan responden tentang sayang tidak terpengaruh dengan produk lain selain geoffmax yang memiliki harga lebih rendah.....	112
4.37	Tanggapan responden tentang saya tidak tertarik dengan produk yang ditawarkan perusahaan lain.....	113
4.38	Tanggapan responden tentang saya merekomendasikan citra geoffmax kepada teman/orang lain.....	114
4.39	Tanggapan responden tentang saya tidak tertarik dengan prdouk yang ditawarkan perusahaan lain.....	115
4.40	Rekapitulasi hasil jawaban responden untuk variabel loyalitas pelanggan (Y).....	116
4.41	Pedoman interpretasi tentang loyalitas pelanggan (Y)	118
4.42	Nilai perhitungan regresi dan korelasi untuk pengaruh customer bonding terhadap loyalitas pelanggan.....	119
4.43	Nilai perhitungan regresi dan korelasi untuk pengaruh citra merek	

terhadap loyalitas pelanggan.....	126
4.44 Nilai perhitungan regresi dan korelasi untuk pengaruh customer bonding dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan.....	133
4.45 Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi ..	135
4.46 Rekapitulasi hasil analisis verifikasi ..	142

DAFTAR GAMBAR

2.1. Paradigma Penelitian	50
3.1. Bagan Langkah-Langkah Penelitian Menurut Sugiyono (2016)	53
4.1 Struktur Organisasi GeoffMax.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Tugas Pembimbing Skripsi

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian

Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian dari GeoffMax cabang Tasikmalaya

Lampiran 4 Data Penjualan

Lampiran 5 Angket Penelitian

Lampiran 6 Jawaban Responden X_1 , X_2 , Y

Lampiran 7 Tabel t dan Tabel F

Lampiran 8 Data Hasil Perhitungan SPSS

Lampiran 9 Dokumentasi