

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

| | |
|---|------------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah | 14 |
| 1.1.1 Identifikasi Masalah..... | 14 |
| 1.1.2 Rumusan Masalah..... | 15 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 15 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 16 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis | 16 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 16 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS. | |
| 18 | |
| 2.1 Kajian Pustaka..... | 18 |
| 2.1.1 Teori Ilmu Manajemen | 18 |
| 2.1.1.1 Pengertian Manajemen..... | 18 |
| 2.1.1.2 Fungsi-fungsi Manajemen | 19 |
| 2.1.1.3 Tingkatan Manajemen | 20 |
| 2.1.1.4 Unsur-unsur Manajemen..... | 22 |
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran | 26 |
| 2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran | 26 |
| 2.1.2.2 Konsep Manajemen Pemasaran | 27 |
| 2.1.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran | 29 |
| 2.1.2.4 Fungsi Manajemen Pemasaran | 31 |
| 2.1.3 Identitas Merek | 32 |

| | | |
|----------------|---|-----------|
| 2.1.3.1 | Pengertian Identitas Merek | 32 |
| 2.1.3.2 | Dimensi Identitas Merek..... | 33 |
| 2.1.3.3 | Elemen Identitas Merek | 34 |
| 2.1.3.4 | Syarat-syarat Memilih Identitas Merek | 37 |
| 2.1.3.5 | Indikator Identitas Merek..... | 38 |
| 2.1.4 | Citra Merek | 40 |
| 2.1.4.1 | Pengertian Citra Merek | 40 |
| 2.1.4.2 | Manfaat Citra Merek..... | 40 |
| 2.1.4.3 | Fungsi Citra Merek | 41 |
| 2.1.4.4 | Komponen Citra Merek | 43 |
| 2.1.4.5 | Indikator Citra Merek | 44 |
| 2.1.5 | Loyalitas Merek | 45 |
| 2.1.5.1 | Pengertian Loyalitas Merek | 45 |
| 2.1.5.2 | Fungsi Loyalitas Merek | 46 |
| 2.1.5.3 | Tingkatan Loyalitas Merek | 49 |
| 2.1.5.4 | Dimensi Loyalitas Merek..... | 52 |
| 2.1.5.5 | Indikator Loyalitas Merek..... | 54 |
| 2.1.6 | Penelitian Terdahulu Yang Relevan | 55 |
| 2.2 | Kerangka Pemikiran | 63 |
| 2.3 | Hipotesis Penelitian | 69 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | 70 |
| 3.1 | Metode Penelitian yang digunakan | 70 |
| 3.2 | Definisi dan Operasionalisasi Variabel | 71 |
| 3.2.1 | Definisi Variabel | 71 |
| 3.2.2 | Operasionalisasi Variabel..... | 72 |
| 3.3 | Populasi dan Sampel Penelitian | 74 |
| 3.3.1 | Populasi | 74 |
| 3.3.2 | Sampel..... | 75 |
| 3.4 | Sumber dan Teknik Pengumpulan Data..... | 76 |
| 3.4.1 | Sumber Data | 76 |
| 3.4.2 | Teknik Pengumpulan Data | 77 |
| 3.5 | Teknik Analisa Data | 79 |
| 3.5.1 | Teknik Analisis Parsial Pengaruh Identitas Merek (X1) dan Citra Merek (X2) Terhadap Loyalitas Merek (Y) | 80 |

| | |
|--|-----------|
| 3.5.1.1 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana | 80 |
| 3.5.1.2 Analisis Koefisien Determinasi | 81 |
| 3.5.1.3 Uji T (Uji Parsial) | 82 |
| 3.5.2 Teknik Analisis Parsial Pengaruh Identitas Merek (X1) dan Citra Merek (X2) Terhadap Loyalitas Merek (Y) | 84 |
| 3.5.1.1 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 84 |
| 3.5.1.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda..... | 85 |
| 3.5.1.3 Analisis Koefisien Determinasi | 86 |
| 3.5.1.4 Uji F (Uji Simultan) | 87 |
| 3.6 Tempat dan Waktu Penelitian | 89 |
| 3.6.1 Tempat Penelitian | 89 |
| 3.6.2 Waktu Penelitian..... | 89 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 91 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 91 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 91 |
| 4.1.1.1 Profil Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya.. | 91 |
| 4.1.1.2 Visi dan Misi Al Ami Skincare | 92 |
| 4.1.1.3 Struktur Organisasi Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya | 93 |
| 4.1.1.4 Job Deskripsi Al Ami Skincare Cabang Kota Tasikmalaya 94 | 94 |
| 4.1.1.5 Karakteristik Responden..... | 101 |
| 4.1.1.6 Deskripsi Variabel yang Diteliti | 104 |
| 4.1.1.7 Hasil Penelitian Tentang Identitas Merek Pada Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya..... | 105 |
| 4.1.1.8 Hasil Penelitian Tentang Citra Merek Pada Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya..... | 116 |
| 4.1.1.9 Hasil Penelitian Tentang Loyalitas Merek Pada Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya..... | 126 |
| 4.1.2 Pengujian Hipotesis | 142 |
| 4.1.1.1 Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya..... | 142 |
| 4.1.1.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya..... | 148 |

4.1.1.3 Pengaruh Identitas Merek dan Citra Merek Terhadap Loyalitas
Merek Pada Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya
153

| | | |
|--------------------------------------|---|------------|
| 4.2 | Pembahasan..... | 163 |
| 4.2.1 | Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikamlaya..... | 163 |
| 4.2.2 | Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikamlaya..... | 166 |
| 4.2.3 | Pengaruh Identitas Merek dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikamlaya..... | 168 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... | | 172 |
| 5.1 | Simpulan..... | 172 |
| 5.2 | Saran..... | 173 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 175 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 1.1 Jumlah Produk yang Terjual di Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya Periode Juli - Desember 2022 | 7 |
| Tabel 1.2 Nama – nama Produk yang Terjual di Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya Periode Juli – Desember 2022..... | 8 |
| Tabel 1.3 Hasil Pra Survey Mengenai Loyalitas Merek pada Konsumen Al Amin Skincare Cabang Tasikmalaya..... | 11 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan..... | 55 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel..... | 73 |
| Tabel 3.2 Data Jumlah Konsumen Di Klinik Al Amin Skincare Cabang Tasikmalaya Periode Juli – Desember 2022 | 74 |
| Tabel 3.3 Skor Jawaban Responden..... | 79 |
| Tabel 3.4 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi | 81 |
| Tabel 3.5 Jadwal Penelitian..... | 89 |
| Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 101 |
| Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 102 |
| Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 103 |
| Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 103 |
| Tabel 4.5 Pedoman Interpretasi..... | 105 |
| Tabel 4.6 Saya mengetahui simbol/logo yang digunakan oleh produk skincare Al amin | 106 |
| Tabel 4.7 Saya mengetahui bentuk dan warna produk skincare Al Amin sangat menarik | 106 |
| Tabel 4.8 Saya mengetahui produk skincare Al Amin hanya dengan gaya penempatan huruf pada logo tersebut | 107 |
| Tabel 4.9 Produk yang dikeluarkan Al Amin skincare desainnya mudah diingat oleh konsumen | |

| | | |
|------------|--|-----|
| Tabel 4.10 | Saya percaya skincare Al Amin skincare memproduksi merek yang tidak mengandung bahan zat kimia terlarang dibanding dengan pesaingnya .. | 109 |
| Tabel 4.11 | Produk skincare Al Amin lebih dipilih konsumen dibanding dengan produk skincare pesaing, karena skincare Al Amin memiliki banyak serangkaian jenis perawatan skincare yang lengkap seperti skincare wajah dan badan/ <i>bodycare</i> | 109 |
| Tabel 4.12 | Saya dapat membedakan produk skincare Al Amin melalui desain produk yang menarik dibanding merek pesaing | 110 |
| Tabel 4.13 | Pembuatan slogan skincare Al Amin memiliki daya tarik yang unik sehingga mampu mewakili tujuan perusahaan untuk sukses dipasaran | 111 |
| Tabel 4.14 | Skincare Al Amin berhasil dalam mencapai tujuan pembahasannya yaitu dengan memberikan sloga “ <i>beauty is yours</i> ” yang berarti harus tampil percaya diri dengan kecantikan yang kita miliki | 112 |
| Tabel 4.15 | Penamaan merek skincare Al Amin dipercayai mampu memberikan kesan yang positif untuk unggul di pasara | 113 |
| Tabel 4.16 | Rekapitulasi Identitas Merek Pada Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya | 114 |
| Tabel 4.17 | Interval Kriteria Penelitian | 116 |
| Tabel 4.18 | Saya sudah mengenali merek produk skincare Al Amin | 117 |
| Tabel 4.19 | Saya dengan mudah mengenali logo produk skincare Al Amin | 117 |
| Tabel 4.20 | Produk skincare Al Amin sudah dikenal banyak orang | 118 |
| Tabel 4.21 | Saya merasa produk skincare Al Amin memiliki reputasi merek yang sangat baik dimata konsumen | 119 |
| Tabel 4.22 | Saya percaya produk skincare Al Amin selalu memperhatikan kualitas yang baik sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh BPOM pada setiap produknya | 120 |
| Tabel 4.23 | Produk skincare Al Amin memiliki nama baik dikalangan masyarakat .. | 120 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 4.24 Ada perasanaa nyaman saat menggunakan produk skincare Al Amin..... | 121 |
| Tabel 4.25 Saya memiliki kepuasan tersendiri setelah memberi produk skincare Al Amin | 122 |
| Tabel 4.26 Saya selalu ingin membeli produk skincare Al Amin secara terus menerus | 123 |
| Tabel 4.27 Saya memiliki keinginan besar untuk menggunakan merek skincare Al Amin dimasa yang akan datang | 123 |
| Tabel 4.28 Rekapitulasi Citra Merek Pada Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya memiliki keinginan besar untuk menggunakan merek | 124 |
| Tabel 4.29 Interval Kriteria Penelitian..... | 126 |
| Tabel 4.30 Saya akan membeli ulang produk skincare Al Amin lagi dilain kesempatan | 127 |
| Tabel 4.31 Saya berminant untuk menggunakan produk skincare Al Amin di masa yang akan datang..... | 128 |
| Tabel 4.32 Saya selalu ingin membeli produk skincare Al Amin | 128 |
| Tabel 4.33 Saya akan menggunakan terus menerus produk merek skincare Al Amin meskipun terdapat produk baru di pasaran | 129 |
| Tabel 4.34 Saya akan merekomendasikan kepada tetangga, teman dan masyarakat untuk membeli dan menggunakan produk skincare Al Amin | 130 |
| Tabel 4.35 Saya akan menceritakan sesuatu hal yang positif kepada orang lain mengenai produk skincare Al Amin..... | 131 |
| Tabel 4.36 Saya akan mengajak dan mendorong teman dan kerabat untuk menggunakan produk skincare Al Amin..... | 132 |
| Tabel 4.37 Meskipun produk skincare lain memberikan penawaran yang lebih menarik, namun saya tetap memilih produk skincare Al Amin sebagai pilihan utama saya | 132 |
| Tabel 4.38 Meskipun seseorang berkata negative tentang produk skincare Al Amin saya akan tetap membeli produk tersebut..... | 133 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 4.39 Saya akan tetap memilih menggunakan produk skincare Al Amin, meskipun terdapat produk baru dari para pesaing sejenis | 134 |
| Tabel 4.40 Saya akan berkomitmen menggunakan skincare Al Amin, karena manfaat yang nyata diberikan oleh merek skincare Al Amin | 135 |
| Tabel 4.41 Saya merasa puas dan percaya dengan manfaat yang terkandung di dalam produk skincare Al Amin..... | 136 |
| Tabel 4.42 Saya merasa puas dengan manfaat yang dirasakan karena skincare Al Amin memberikan produk sesuai kebutuhan kulit pada umumnya | 136 |
| Tabel 4.43 Saya percaya bahwa skincare Al Amin mampu memberikan manfaat yang luar biasa bagi perawatan tubuh | 137 |
| Tabel 4.44 Manfaat yang diberikan skincare Al Amin sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masing-masing konsumen..... | 138 |
| Tabel 4.45 Rekapitulasi Loyalitas Merek Pada Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya | 139 |
| Tabel 4.46 Interval Kriteria Penelitian..... | 141 |
| Tabel 4.47 Rekap Hasil Analisis Deskriptif..... | 142 |
| Tabel 4.48 Data Variabel Identitas Merek dan Loyalitas Merek | 143 |
| Tabel 4.49 Data Variabel Citra Merek dan Loyalitas Merek | 148 |
| Tabel 4.50 Data Variabel Identitas Merek, Citra Merek dan Loyalitas Merek | 154 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Nama – nama Produk yang Terjual di Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya Periode Juli – Desember 2022 | 9 |
| Gambar 2.1 Piramida Loyalitas Merek..... | 50 |
| Gambar 2.2 Paradigma Penelitian..... | 68 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya..... | 94 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Surat Tugas Membimbing Skripsi | 183 |
| Lampiran 2 Surat Izin Penelitian Skripsi | 184 |
| Lampiran 3 Surat Keterangan penelitian (dari tempat penelitian)..... | 185 |
| Lampiran 4 Data Nama – nama Produk yang Terjual di Al Amin Skincare Cabang Kota Tasikmalaya..... | 186 |
| Lampiran 5 Surat Pengantar Kuesioner | 190 |
| Lampiran 6 Petunjuk Pengisian Kuesioner..... | 191 |
| Lampiran 7 Kuesioner Variabel Identitas Merek | 193 |
| Lampiran 8 Kuesioner Variabel Citra Merek..... | 194 |
| Lampiran 9 Kuesioner Variabel Loyalitas Merek | 195 |
| Lampiran 10 Rekapitulasi Identitas Merek..... | 197 |
| Lampiran 11 Rekapitulasi Citra Merek..... | 200 |
| Lampiran 12 Rekapitulasi Loyalitas Merek..... | 203 |
| Lampiran 13 Data Hasil Perhitungan SPSS V.16 | 206 |
| Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup | 210 |