

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Manajemen	9
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	9
2.1.1.2 Fungsi – Fungsi Manajemen	10
2.1.1.3 Tujuan Manajemen	11
2.1.1.4 Bidang-Bidang Manajemen.....	13

2.1.1.5 Peran Ilmu Manajemen	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran	16
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	16
2.1.2.2 Tujuan Pemasaran.....	17
2.1.2.3 Fungsi Pemasaran	18
2.1.2.5 Strategi Pemasaran.....	19
2.1.3 <i>Green Brand Image</i>	20
2.1.3.1 Pengertian <i>Green Brand Image</i>	20
2.1.3.2 Manfaat <i>Green Brand Image</i>	21
2.1.3.3 Komponen <i>Green Brand Image</i>	23
2.1.3.4 Indikator <i>Green Brand Image</i>	24
2.1.4 <i>Brand Trust</i>	24
2.1.4.1 Pengertian <i>Brand Trust</i>	24
2.1.4.2 Faktor-Faktor <i>Brand Trust</i>	25
2.1.4.3 Indikator <i>Brand Trust</i>	27
2.1.5 <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek)	32
2.1.5.1 Pengertian <i>Brand Loyalty</i>	32
2.1.5.2 Manfaat Loyalitas Pelanggan	33
2.1.5.3 Tahapan Loyalitas.....	35
2.1.5.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas.....	36
2.1.5.5 Indikator Loyalitas Merek.....	39
2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	40
2.2 Kerangka Pemikiran	42

2.3 Hipotesis Penelitian	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Metode Penelitian.....	50
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	52
3.2.1 Definisi Variabel.....	52
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	53
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	54
3.3.1 Populasi.....	54
3.3.2 Sampel.....	55
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	57
3.4.1 Sumber Data.....	57
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	58
3.5 Teknik Analisis Data	59
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	71
3.6.1 Tempat Penelitian	71
3.6.2 Waktu Penelitian.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Hasil Penelitian	71
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.1.1 Profil Phoenix Cell Ciamis	71
4.1.1.2 Visi, dan Misi Phoenix Cell Ciamis	72
4.1.1.3 Struktur Organisasi Phoenix Cell Ciamis	73
4.1.2 Karakteristik Responden	75

4.1.3	Deskripsi Variabel yang Diteliti	78
4.1.3.1	Hasil Penelitian tentang <i>Green Brand Image</i> pada <i>Smartphone Samsung</i> di Phoenix Cell Ciamis	78
4.1.3.2	Hasil Penelitian tentang <i>Brand Trust</i> pada <i>Smartphone Samsung</i> di Phoenix Cell Ciamis	91
4.1.3.3	Hasil Penelitian tentang <i>Brand Loyalty</i> pada <i>Smartphone Samsung</i> di Phoenix Cell Ciamis	10
3		
4.1.4	Hasil Pengujian Hipotesis	11
4		
4.1.4.1	Pengaruh <i>Green Brand Image</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> pada <i>Smartphone Samsung</i> di Phoenix Cell Ciamis	11
4		
4.1.4.2	Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> pada <i>Smartphone Samsung</i> di Phoenix Cell Ciamis	12
1		

4.1.4.3	Pengaruh <i>Green Brand Image</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> pada <i>Smartphone</i> Samsung di Phoenix Cell Ciamis	127
4.2	Pembahasan	13
6		
4.2.1	Pengaruh <i>Green Brand Image</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> pada <i>Smartphone</i> Samsung di Phoenix Cell Ciamis	13
6		
4.2.2	Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> pada <i>Smartphone</i> Samsung di Phoenix Cell Ciamis	13
9		
4.2.3	Pengaruh <i>Green Brand Image</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> pada <i>Smartphone</i> Samsung di Phoenix Cell Ciamis	
2		
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	147

5.1	Simpulan
-----	----------

.....	14
-------	----

7

5.2	Saran
-----	-------

.....	14
-------	----

7

DAFTAR	PUSTAKA
--------	---------

.....	149
-------	-----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Top Brand Index Smartphone</i> Tahun 2023	3
Tabel 1.2	Data Penjualan Smartphone Samsung pada Phoenix Cell Ciamis Periode Bulan Desember 2022 – November 2023	5
Tabel 2.1	Fungsi-Fungsi Manajemen.....	11
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	41
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	53
Tabel 3.2	Jumlah konsumen pada Phoenix Cell Ciamis Pada Bulan Desember 2022 –November 2023	54
Tabel 3.3	Skala Likert	59
Tabel 3.4	Interpretasi Koefisien Korelasi X1 dan Y	61
Tabel 3.5	Interpretasi Koefisien Korelasi X2 dan Y	65
Tabel 3.6	Interpretasi Koefisien Korelasi X1 dan X2 terhadap Y	69
Tabel 3.7	Waktu Penelitian	72
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	76
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel 4.5	Pedoman Interpretasi	79
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Perusahaan Samsung Merupakan Salah Satu Perusahaan <i>Smartphone</i> Android yang Sangat Diminati Oleh Masyarakat Karena Peduli Lingkungan ...	79
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Perusahaan Samsung Merupakan Salah Satu Perusahaan <i>Smartphone</i> Android Ternama di Dunia yang Mengutamakan Keramahan Lingkungan	80
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Perusahaan Samsung Selalu Memberikan Jaminan Garansi Dengan Ketentuan-Ketentuan Tertentu Apabila Ponsel yang Dibeli Konsumen Cacat/Rusak	81

Tabel 4.9	Tanggapan Responden Atas Pernyataan <i>Smartphone</i> Samsung Merupakan Jenis Android yang Sudah Terpercaya Dikalangan Umum	82
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Dengan Menggunakan <i>Smartphone</i> Samsung Dapat Meningkatkan Rasa Percaya Diri Kepada Konsumen	83
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan <i>Smartphone</i> Samsung Mampu Memberikan Nilai Tambah Pada Konsumen yang Menunjukan Merek Terlihat Mahal dan Berkelas	84
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen Menggunakan <i>Smartphone</i> Samsung Karena Tuntutan Gaya Hidup	85
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Atas Pernyataan <i>Smartphone</i> Samsung Adalah Rekomendasi Terbaik Bagi Semua Orang Karena Memiliki Slogan <i>Go Green</i>	86
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Atas Pernyataan <i>Smartphone</i> Samsung Selalu Menyajikan Produk yang Berbeda dan Unik Karena <i>Visibility</i> -Nya Sangat Beragam Dan Unik	87
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Atas Pernyataan <i>Smartphone</i> Samsung Merupakan Salah Satu <i>Smartphone</i> yang Mengutamakan <i>Go Green</i>	88
Tabel 4.16	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Green Brand Image</i>	89
Tabel 4.17	Pedoman Interpretasi Tentang <i>Green Brand Image</i>	90
Tabel 4.18	Pedoman Interpretasi	91
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen Memiliki Kepercayaan Bahwa <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki Kualitas yang Baik	92
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen Memiliki Kepercayaan Terhadap <i>Smartphone</i> Samsung Bahwa Produk Tersebut Memiliki Fitur-Fitur yang Sangat Lengkap	93
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen Memiliki Keyakinan Terhadap <i>Smartphone</i> Samsung Bahwa Produk Tersebut Mampu Memenuhi Kebutuhan Konsumen Untuk Berkomunikasi	94

Tabel 4.22	Tanggapan Responden Atas Pernyataan <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki Daya Tahan yang Sangat Baik	95
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Atas Pernyataan <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki Kesesuaian Antara Harga Dengan Kualitasnya	95
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Merek Samsung Merupakan <i>Smartphone</i> yang Tidak Pernah Mengecewakan Pengguna	96
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen Memiliki Keyakinan Terhadap Kualitas Produk yang Dimiliki <i>Smartphone</i> Samsung	97
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen Merasa Percaya Dengan <i>Smartphone</i> Samsung yang Dipasarkan Phoenix Cell	98
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Merek Samsung Merupakan <i>Smartphone</i> yang Dapat Diandalkan oleh Konsumen	99
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen Merasa Menggunakan <i>Smartphone</i> Samsung Mampu Meningkatkan Rasa Percaya	100
Tabel 4.29	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Brand Trust</i>	101
Tabel 4.30	Pedoman Interpretasi Tentang <i>Brand Trust</i>	102
Tabel 4.31	Pedoman Interpretasi	103
Tabel 4.32	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Dalam Waktu yang Akan Datang Ketika Membutuhkan <i>Smartphone</i> , Konsumen Akan Membeli Produk Samsung	104
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen Menganggap Produk Samsung Sebagai Pilihan Pertama Ketika Membeli <i>Smartphone</i>	

.....	10
5	
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Harga Produk Samsung Sangat Sesuai Dengan Daya Beli Konsumen	105
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Harga Produk Samsung Lebih Rendah Dibandingkan Dengan <i>Smartphone</i> Dari Produk Lain	10
6	
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen Merasa Puas Setelah Menggunakan <i>Smartphone</i> Samsung	107
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Konsumen Merasa Puas Dengan Kualitas Dari Masing-Masing Produk Samsung	10
8	
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen Merasa Nyaman Menggunakan <i>Smartphone</i> Produk Samsung Karena Konsumen Sangat Menyukainya	109
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen Sangat Menyukai Fitur-Fitur Dari <i>Smartphone</i> Samsung	109
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen Memiliki Komitmen yang Tinggi Untuk Menggunakan Produk Samsung Ketika Membutuhkan <i>Smartphone</i>	110
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen Memiliki Komitmen yang Tinggi Untuk Menggunakan <i>Smartphone</i> Samsung Sebagai Alat Komunikasi	111
Tabel 4.42 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Brand Loyalty</i>	11
2	
Tabel 4.43 Pedoman Interpretasi Tentang <i>Brand Loyalty</i>	11
3	

Tabel 4.44	Nilai-Nilai	untuk	Perhitungan	Korelasi	11
	4				

Tabel 4.45	Nilai-Nilai	untuk	Perhitungan	Korelasi	12
	1				

Tabel 4.46	Nilai-Nilai	untuk	Perhitungan	Regresi	dan	Korelasi	12
	8						

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1	Paradigma	
	Penelitian.....		4
	8		
Gambar 4.1	Struktur	Organisasi	Phoenix
		Cell	Ciamis
			73