

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	10
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	10
1.2.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
 HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Pustaka	14
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	14
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	14
2.1.1.2 Fungsi Manajemen	16

2.1.1.3 Prinsip Manajemen	18
2.1.1.4 Bidang-Bidang Manajemen	19
2.1.1.5 Manajemen Modern	21
2.1.2 Manajemen Pemasaran	22
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	22
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	23
2.1.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran	24
2.1.2.4 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran	25
2.1.2.5 Perilaku Konsumen	26
2.1.3 <i>Emotional Branding</i>	26
2.1.3.1 <i>Branding</i>	26
2.1.3.1.1. Pengertian <i>Branding</i>	26
2.1.3.1.2. Fungsi <i>Branding</i>	32
2.1.3.1.3. Tujuan <i>Emotional Branding</i>	28
2.1.3.1.4. Macam-Macam <i>Branding</i>	36
2.1.3.2.1 Indikator <i>Emotional Branding</i>	30
2.1.3.2 Pengertian <i>Emotional Branding</i>	37
2.1.3.2.1 Karakteristik <i>Emotional Brandin</i>	39
2.1.3.2.2 Tujuan <i>Emotional Branding</i>	39
2.1.3.2.3 Manfaat <i>Emotional Branding</i>	40
2.1.3.2.4 Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi <i>Emotional Branding</i>	41
2.1.3.2.5 Indikator <i>Emotional Branding</i>	42

2.1.3.3	<i>Customer Satisfaction</i>	44
2.1.3.3.1	Pengertian <i>Customer Satisfaction</i> .	44
2.1.3.3.2	Mengukur Tingkat <i>Customer Satisfaction</i>	45
2.1.3.3.3	Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	46
2.1.3.3.4	Strategi Dalam meningkatkan <i>Customer Satisfaction</i>	48
2.1.3.4	<i>Brand loyalty</i>	49
2.1.3.4.1	Pengertian <i>Brand Loyalty</i>	49
2.1.3.4.2	Fungsi <i>Brand Loyalty</i>	50
2.1.3.4.3	Tahapan <i>Brand loyalty</i>	51
2.1.3.4.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Loyalty</i>	52
2.1.3.4.5	Indikator <i>Brand Loyalty</i>	53
2.1.4	Penelitian Terdahulu Yang relevan.....	55
2.2	Kerangka Pemikiran	57
2.2.1	Pengaruh <i>Emotional Branding</i> terhadap <i>Brand loyalty</i>	57
2.2.2	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand loyalty</i>	59
2.2.3	Pengaruh <i>Emotional Branding</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand loyalty</i>	60
2.3	Hipotesis Penelitian	62

BAB III	METODE PENELITIAN	64
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan	64
3.2	Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel	65
3.2.1	Definisi Variabel	65
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	67
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	68
3.3.1	Populasi	68
3.3.2	Sampel	69
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	71
3.4.1	Sumber Data	71
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	72
3.5	Teknik analisis Data	74
3.5.1	Pengaruh <i>Emotional Branding</i> terhadap <i>Brand loyalty</i>	75
3.5.2	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	67
3.5.3	Pengaruh <i>Emotional Branding</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	70
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	83
3.6.1.	Tempat Penelitian	83
3.6.2.	Waktu Penelitian	84
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	85
4.1	Hasil Penelitian	85

4.1.1	Gambaran Umum Dealer Netral Jaya Motor Cabang	
	Pangandaran.....	85
4.1.1.1	Profil Dealer Netral Jaya Motor Cabang	
	Pangandaran	85
4.1.1.2	Logo, Visi dan Misi Dealer Netral Jaya	
	Motor Cabang Pangandaran	86
4.1.1.3	Struktur Organisasi Dealer Netral Jaya Motor	
	Cabang Pangandaran	87
4.1.1.4	Karakteristik Responden.....	92
4.1.2	Deskripsi Variabel yang Diteliti	96
4.1.2.1	Hasil Penelitian tentang emotional branding	
	pada Dealer Netral Jaya Motor Cabang	
	Pangandaran	97
4.1.2.2	Hasil Penelitian tentang <i>customer satisfaction</i>	
	pada Dealer Netral Jaya Motor Cabang	
	Pangandaran	112
4.1.2.3	Hasil Penelitian tentang <i>brand loyalty</i> pada	
	Dealer Netral Jaya Motor Cabang	
	Pangandaran	126
4.1.3	Hasil Pengujian Hipotesis	139
4.1.3.1	Pengaruh <i>Emotional branding</i> terhadap <i>Brand</i>	
	<i>loyalty</i> pada Dealer Netral Jaya Motor Cabang	
	Pangandaran.....	139

4.1.3.2 Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Brand loyalty</i> Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran.	144
4.1.3.3 Pengaruh <i>Emotional branding</i> dan <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Brand loyalty</i> Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran	148
4.2 Pembahasan	158
4.2.1 Pengaruh <i>Emotional branding</i> terhadap <i>brand loyalty</i> pada pelanggan Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran	158
4.2.2 Pengaruh <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>brand loyalty</i> pada pelanggan Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran	162
4.2.3 Pengaruh <i>Emotional branding</i> dan <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>brand loyalty</i> pada pelanggan Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran	166
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	171
5.1 Simpulan.....	171
5.2 Saran.....	171
DAFTAR PUSTAKA	174