

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>PERNYATAAN</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
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 .....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	12
1.4.2 Manfaat Praktis .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN</b>	
<b>HIPOTESIS.....</b>	<b>13</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen .....	13
2.1.1.1 Pengertian Manajemen .....	13
2.1.1.2 Fungsi Manajemen.....	14
2.1.1.3 Peran Manajemen .....	16

2.1.1.4 Sarana Manajemen.....	18
2.1.1.5 Prinsip Manajemen .....	19
2.1.1.6 Bidang-Bidang Manajemen .....	22
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	24
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	24
2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran .....	26
2.1.2.4 Elemen Inti Pemasaran .....	28
2.1.2.5 Tujuan Manajemen Pemasaran .....	32
2.1.2.6 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran .....	34
2.1.3 Kajian Variabel Yang Diteliti .....	35
2.1.3.1 Kepercayaan Merek .....	35
2.1.3.1.1 Pengertian Kepercayaan Merek .....	35
2.1.3.1.2 Konsep Kepercayaan Merek .....	37
2.1.3.1.3 Karakteristik Kepercayaan Merek ...	37
2.1.3.1.4 Indikator Kepercayaan Merek.....	39
2.1.3.2 Respon Emosional .....	42
2.1.3.2.1 Pengertian Respon Emosional.....	42
2.1.3.2.2 Dimensi Respon Emosional .....	44
2.1.3.2.4 Indikator Respon Emosional.....	45
2.1.3.3 Loyalitas Pelanggan .....	46
2.1.3.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	47
2.1.3.3.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan ..	48
2.1.3.3.3 Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	49

2.1.3.3.4 Indikator Loyalitas Pelanggan .....	50
2.1.3.3.4 Strategi Membangun dan mempertahankan Loyalitas.....	51
2.1.4 Kerangka Pemikiran .....	53
2.1.4.1 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	53
2.1.4.2 Pengaruh Respon Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	53
2.1.4.3 Pengaruh Kepercayaan Merek dan Respon Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan ..	54
2.1.5 Penelitian Terdahulu Yang relevan .....	55
2.2 Kerangka Pemikiran .....	58
2.3 Hipotesis Penelitian.....	63
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>65</b>
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan .....	65
3.2 Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel .....	66
3.2.1 Definisi Variabel.....	66
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	67
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	69
3.3.1 Populasi .....	69
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 Analisis Deskriptif.....	73
3.5.2 Analisis Verifikatif.....	75
3.5.2.1 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	75
3.5.2.2 Pengaruh Respon Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	78
3.5.2.3 Pengaruh Kepercayaan Merek dan Respon Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	81
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian .....	84
3.6.1 Tempat Penelitian.....	84
3.6.2 Waktu Penelitian .....	85
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>86</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	86
4.1.1 Gambaran Umum Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran .....	86
4.1.1.1 Profil Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran.....	86
4.1.1.2 Visi dan Misi Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran .....	87
4.1.1.3 Struktur Organisasi Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran .....	88

4.1.1.4 Karakteristik Responden .....	92
4.1.2 Deskripsi Variabel yang Diteliti .....	96
4.1.2.1 Hasil Penelitian tentang Kepercayaan merek pada Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran .....	97
4.1.2.2 Hasil Penelitian tentang Respon Emosional pada Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran .....	113
4.1.2.3 Hasil Penelitian tentang Loyalitas Pelanggan pada Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran .....	129
4.1.3 Hasil Pengujian Hipotesis .....	145
4.1.3.1 Pengaruh Kepercayaan merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran .....	145
4.1.3.2 Pengaruh Respon emosional terhadap Loyalitas pelanggan Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran. ....	149
4.1.3.3 Pengaruh Kepercayaan merek dan Respon emosional terhadap Loyalitas pelanggan Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran .....	153
4.2 Pembahasan .....	162

4.2.1 Pengaruh Kepercayaan merek terhadap Loyalitas pelanggan pada Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran .....	162
4.2.2 Pengaruh Respon emosional terhadap Loyalitas pelanggan pada Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran .....	165
4.2.3 Pengaruh Kepercayaan merek dan Respon emosional terhadap Loyalitas pelanggan pada Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran .....	169
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	173
5.1 Simpulan .....	173
5.2 Saran .....	173
DAFTAR PUSTAKA .....	176