

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

i

DAFTAR TABEL

v

DAFTAR GAMBAR

ix

DAFTAR LAMPIRAN

x

BAB I PENDAHULUAN

1

14.1 Latar Belakang Penelitian

1

14.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

13

14.2.1

Identifikasi Masalah
13

14.2.2

Rumusan Masalah
14

14.3 Tujuan Penelitian

15

14.4 Manfaat Penelitian

15

14.4.1

Penelitian Teoritis
15

14.4.2

Penelitian Praktisi
15

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

HIPOTESIS

17

2.1 Kajian Pustaka

17

2.1.1 Manajemen (*Grand Theory*)

17

2.1.1.1 Pengertian Manajemen

17

2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen

18

2.1.1.3 Tujuan Manajemen

20

2.1.1.4 Bidang - Bidang Manajemen

20

2.1.2 Manajemen Pemasaran (*Middle Theory*)

21

2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

21

2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran

22

2.1.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran

23

2.1.2.4 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran	24
---	----

1

2.1.3 Kualitas Produk (<i>Applied Theory</i>)	25
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk	25
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk	26
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk	27
2.1.4 Citra Merek (<i>Applied Theory</i>)	28
2.1.4.1 Pengertian Citra Merek	28
2.1.4.2 Faktor Pembentuk Citra Merek	29
2.1.4.3 Manfaat Citra Merek	31
2.1.4.4 Indikator Citra Merek	31
2.1.5 Loyalitas Konsumen (<i>Applied Theory</i>)	32
2.1.5.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	32
2.1.5.2 Tahapan Loyalitas Konsumen	33
2.1.5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	34
2.1.5.4 Aspek – Aspek Loyalitas Konsumen	36
2.1.5.5 Indikator Loyalitas Konsumen	37
2.1.6 Penelitian yang Terdahulu	38
2.2 Kerangka Pemikiran	41
2.3 Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Metodologi Penelitian yang Digunakan	47
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	49
3.2.1 Definisi Variabel	49
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	50
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	52
3.3.1 Populasi	52
3.3.2 Sampel	53
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Penelitian	55
3.4.1 Sumber Data	55

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	55
-------------------------------	----

3.5 Teknik Analisis Data	56
3.5.1 Analisis Deskriptif	57
3.5.2 Analisis Asosiatif (Kuantitatif)	59
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	68
3.6.1 Tempat Penelitian	68
3.6.2 Waktu Penelitian	69

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
---	-----------

4.1 Hasil Penelitian	70
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	70
4.1.1.1 Sejarah CV Syafa Water Desa Panyingkiran	70
4.1.1.2 Visi dan Misi CV Syafa Water Desa Panyingkiran	72
4.1.1.3 Struktur Organisasi CV Syafa Water Desa Panyingkiran	72
4.1.1.4 Deskripsi Tugas pada CV Syafa Water Desa Panyingkiran	72
4.1.2 Karakteristik Responden	74
4.1.3 Deskripsi variabel yang Diteliti	79
4.1.3.1 Hasil Penelitian tentang Kualitas Produk pada CV Syafa Water Desa Panyingkiran	79
4.1.3.2 Hasil Penelitian tentang Citra Merek pada CV Syafa Water Desa Panyingkiran	92
4.1.3.3 Hasil Penelitian tentang Loyalitas Konsumen pada CV Syafa Water Desa Panyingkiran	105
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	117
4.1.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen	117
4.1.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen	124

4.1.4.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen	129
3	
4.2 Pembahasan	139
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen	139
4.2.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen	141
4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen	143
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	145
5.1 Kesimpulan	145
5.2 Saran	146
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN – LAMPIRAN	