

DAFTAR ISI

Uraian	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan Teoritis	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	6
1.5 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah	7
1.5.1 Ruang Lingkup	7
1.5.2 Pengertian Istilah	7
1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	9
1.6.1 Kerangka Pemikiran	9
1.6.2 Hipotesis	14
BAB II TINJAUAN TEORITIS	15
2.1 Kajian Pustaka	15
2.2 Tinjauan Teori	17
2.2.1 Public Relations	17
2.2.1.1 Tujuan Public Relations	20
2.2.1.2 Fungsi Public Relations	21
2.2.2 <i>Marketing</i> atau Pemasaran	22
2.2.3 <i>Marketing Public Relations</i>	23
2.2.3.1 Fungsi <i>Marketing Public Relation</i>	24
2.2.4 <i>Brand</i> atau Merek	27
2.2.5 Citra atau <i>Image</i>	31
2.2.6 Citra Merek atau <i>Brand Image</i>	33
2.2.7 Loyalitas Konsumen	39
2.2.8 Pelayanan Prima.....	42
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Objek Penelitian.....	43
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	43
3.1.2 Logo Perusahaan	46

Uraian	Halaman
3.1.3 Arti Logo Perusahaan	46
3.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	47
3.1.5 Profil Konsumen Ouval Research.....	48
3.1.6 Produk yang Dimiliki Ouval Research	48
3.1.7 <i>Official Store</i>	49
3.1.8 <i>Endorsement</i>	50
3.1.9 <i>Event dan Campaign</i>	51
3.1.10 Struktur Public Relations Ouval Research	52
3.2 Metodologi Penelitian.....	53
3.2.1 Metode Penelitian	53
3.2.2 Populasi dan Sampel.....	54
3.2.3 Operasional Variabel	56
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data	57
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	58
3.2.5.1 Teknik Analisis Deskriptif.....	58
3.2.5.2 Teknik Analisis Inferensial	59
3.2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	60
3.2.6.1 Uji Validitas	60
3.2.6.2 Uji Reliabilitas	61
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Analisis Data	64
4.1.1 Karakteristik Responden.....	64
4.1.2 Analisis Deskripsi Data Penelitian	71
4.1.2.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image (X)</i> Ouval Research Bandung.....	72
4.1.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen (Y) Ouval Research Bandung	90
4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	96
4.1.3.1 Uji Validitas	96
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	97
4.1.4 Hubungan <i>Brand Image (X)</i> dengan Loyalitas Konsumen (Y) Ouval Research Bandung	98
4.1.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	98
4.1.4.2 Analisis Korelasi Berganda	100
4.1.5 Uji Hipotesis Penelitian	101
4.1.5.1 Pengujian Secara Simultan (Uji F)	101
4.1.5.2 Pengujian Secara Parsial (Uji t)	102
4.1.6 Uji Individual	104
4.1.7 Pengujian Koefisien Determinasi	105
4.2 Pembahasan	105

Uraian	Halaman
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran	110
5.2.1 Saran Praktis	110
5.2.2 Saran Teoritis	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	115



DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Penelitian Terdahulu.....	15
3.1	Populasi Pengunjung Ouval Research Sultan Agung.....	55
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	56
4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2	Karakteristik Berdasarkan Domisili	66
4.3	Karakteristik Berdasarkan Usia	66
4.4	Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan	67
4.5	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	67
4.6	Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Perbulan	68
4.7	Karakteristik Berdasarkan Benda yang Dicari Ketika Berbelanja .	69
4.8	Karakteristik Berdasarkan Fasilitas Penunjang	69
4.9	Karakteristik Berdasarkan Anggaran Belanja per-Bulan	70
4.10	Karakteristik Berdasarkan Tempat Belanja yang Sering Dikunjungi	71
4.11	Alternatif Jawaban dengan Skala Likert	72
4.12	Tanggapan Responden Mengenai <i>Distro</i> Memiliki Nilai Lebih Dibandingkan Tempat Lain, Walaupun Harga Relatif Lebih Mahal	73
4.13	Tanggapan Responden Mengenai <i>Distro</i> identik dengan kota Bandung	74
4.14	Tanggapan Responden Mengenai Salah Satu <i>Distro</i> di Kota Bandung yang Dikenal adalah Ouval Research	75
4.15	Tanggapan Responden Mengenai Barang yang Dijual di <i>Distro</i> Lebih Baik Dibandingkan yang Dijual di Tempat Lain	76
4.16	Tanggapan Responden Mengenai Akan Memilih <i>Distro</i> yang Telah Lama Berdiri Dibandingkan yang Baru Berdiri Namun Lebih Baik	77
4.17	Tanggapan Responden Mengenai Segala Kebutuhan <i>Fashion</i> Dapat Dipenuhi Oleh Ouval Research	78
4.18	Tanggapan Responden Mengenai Produk Ouval Research Selalu <i>Up To Date</i> atau Mengikuti Perkembangan Zaman	79
4.19	Tanggapan Responden Mengenai Berbelanja di Ouval Research Memberikan Pilihan yang Beragam	81
4.20	Tanggapan Responden Mengenai Harga yang Diberikan Produk Ouval Research Cukup Bersaing dengan Merek Lainnya	82

Tabel	Halaman
4.21	Tanggapan Responden Mengenai Harga yang Ditawarkan Ouval Research cukup Ekonomis 83
4.22	Tanggapan Responden Mengenai Desain Produk yang Dimiliki Ouval Research Memiliki Desain Produk yang Tidak Pasaran 85
4.23	Tanggapan Responden Mengenai Ouval Research Memiliki Desain Produk yang Menarik Bagi Semua Kalangan 86
4.24	Tanggapan Responden Mengenai Produk Ouval Research Memiliki Kualitas Bahan yang Baik, Awet dan Tahan Lama 87
4.25	Tanggapan Responden Mengenai Suasana Ketika Berbelanja ke Ouval Research Sangat Nyaman 89
4.26	Tanggapan Responden Mengenai Ouval Research Memiliki Pelayanan Penjualan yang Baik dan Ramah 89
4.27	Tanggapan Responden Mengenai Lebih Sering Mendatangi Ouval Research Dibandingkan <i>Store</i> Lainnya 91
4.28	Tanggapan Responden Mengenai Memiliki Produk Ouval Research Lebih Dari Satu 91
4.29	Tanggapan Responden Mengenai Sering Berbagi Pengalaman Tentang Ouval Research Kepada Orang Lain 93
4.30	Tanggapan Responden Mengenai Merekomendasikan Ouval Research Kepada Teman atau Orang Lain 93
4.31	Tanggapan Responden Mengenai Membeli Lebih Dari Satu Produk Ouval Research Dalam Satu Waktu Transaksi 94
4.32	Tanggapan Responden Mengenai Tetap Memilih Produk Ouval Research Dibandingkan <i>Distro</i> Lainnya 95
4.33	Tingkat Validitas 97
4.34	Tingkat Reliabilitas 98
4.35	Analisis Regresi Linier Berganda 99
4.36	Interpretasi Koefisien Korelasi 100
4.37	Analisis Korelasi Berganda 101
4.38	Uji F..... 102
4.39	Uji t 103
4.40	Uji Individual 104

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Kerangka Pemikiran	13
2.1 Piramida Loyalitas Menurut Hill.....	42
3.1 Lambang Ouval Research	46
3.2 Struktur Organisasi <i>Public Relations</i> dan <i>Promotion</i> Ouval Research	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Angket.....	116
2. Coding Book	121
3. Coding Sheet	127
4. Output SPSS	133
5. Draft Wawancara	139
6. Surat Telah Melakukan Penelitian	140
7. Daftar Riwayat Hidup Penulis	141

