

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.5 Kerangka Pemikiran	9
1.6 Hipotesis Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pengertian Bauran Pemasaran	13
2.1.2 Pengertian Produk	15
2.1.3 Pengertian Merek	16
2.1.4 Brand Image	19
2.1.5 Komponen Brand Image	21
2.1.6 Loyalitas Konsumen	22
2.1.7 Dimensi dan Indikator Loyalitas Konsumen ...	23
2.1.8 Upaya Peningkatan Loyalitas Konsumen	25
2.1.9 Hubungan antara Brand Image dan Loyalitas Konsumen	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	30
3.1.1 Gambaran industri dan Profil Peter Says Denim	30
3.2 Metode Penelitian	33
3.2.1 Jenis Penelitian	33

	3.2.2 Data Yang Dibutuhkan Dalam Penelitian, Jenis Data dan Sumber Data	34
	3.2.3 Populasi, Teknik Sampling dan Sample.....	35
	3.2.3.1 Populasi	35
	3.2.3.2 Teknik Sampling	35
	3.2.4 Variabel dan Operasionalisasi variabel	36
3.3	Instrumen, Syarat Instrumen yang Baik Untuk Pedoman Kuesioner, dan Bentuk Instrumen untuk Pedoman Kuesioner	39
	3.3.1 Instrumen	39
	3.3.2 Syarat Instrumen yang Baik untuk Pedoman Kuesioner	39
	3.3.3 Bentuk Instrumen	44
3.4	Analisis Tanggapan Responden	45
3.5	Metode Analisis Data	47
	3.5.1 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	47
	3.5.2 Analisis Koefisien Korelasi	48
	3.5.3 Koefisien Determinasi	49
	3.5.4 Transformasi Data	50
3.6	Uji Hipotesis	52
	3.6.1 Uji t.....	52
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Hasil Penelitian	53
	4.1.1 Gambaran Umum Karakteristik Responden.....	53
4.2	Tanggapan Responden terhadap Brand Image Clothing Peter Says Denim	56
4.3	Tanggapan Responden tentang Loyalitas Konsumen	68
4.4	Transformasi Data	76
4.5	Analisis Regresi	78
	4.5.1 Korelasi antara variabel Brand Image dengan variabel loyalitas konsumen	78
	4.5.2 Korelasi Determinasi	78
	4.5.3 Analisis Regresi variabel Brand Image terhadap variabel loyalitas konsumen	79
	4.5.4 Pengujian Hipotesis	80
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Simpulan	82
5.2	Saran	83
	DAFTAR PUSTAKA	85
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1	PENURUNAN PERMINTAAN PRODUK CLOTHING COMPANY PETER SAYS DENIM TAHUN 2014	6
TABEL 2.1	DAFTAR PENELITIAN TERDAHULU	28
TABEL 3.1	OPERASIONAL VARIABEL	37
TABEL 3.2	UJI VALIDITAS VARIABEL BRAND IMAGE	40
TABEL 3.3	REKAPITULASI UJI VALIDITAS BRAND IMAGE	41
TABEL 3.4	UJI VALIDITAS VARIABEL LOYALITAS KONSUMEN	42
TABEL 3.5	REKAPITULASI UJI VALIDITAS LOYALITAS KONSUMEN	42
TABEL 3.6	REALIBILITY STATISTIC BRANS IMAGE	43
TABEL 3.7	REALIBILITY STATISTIC LOYALITAS KONSUMEN	44
TABEL 3.8	NILAI REALIBILITAS VARIABEL BRAND IMAGE DAN LOYALITAS KONSUMEN	44
TABEL 3.9	KRITERIA JAWABAN DAN SKORING PENILAIN RESPONDEN	45
TABEL 3.10	RENTANG KLASIFIKASI VARIABEL	46
TABEL 3.11	PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI KOOFISIEN KORELASI	49
TABEL 4.1	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN	53
TABEL 4.2	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA	54
TABEL 4.3	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN	54
TABEL 4.4	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN KATEGORI PRODUK	55
TABEL 4.5	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN KUNJUNGAN KE STORE PSD DALAM JANGKA WAKTU 1 TAHUN	55
TABEL 4.6	PENILAIAN RESPONDEN MENGENAI PETER SAYS DENIM MEMILIKI KREDIBILITAS YANG BAIK SEBAGAI <i>CLOTHING COMPANY</i>	56
TABEL 4.7	PENILAIAN RESPONDEN MENGENAI PETER SAYS DENIM MERUPAKAN CLOTHING COMPANY YANG SUDAH DIAKUI DUNIA	57
TABEL 4.8	PENILAIAN RESPONDEN MENGENAI ADANYA AGEN RESMI, MEMBUAT PRODUK-PRODUK PETER SAYS DENIM TERJAMIN KEASLIANNYA	58
TABEL 4.9	PENILAIAN RESPONDEN MENGENAI TEMPAT PENJUALAN PRODUK-PRODUK PETER SAYS DENIM SEPERTI JEANS, T-SHIRT, JAKET, DAN TOPI	58

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	PARADIGMA PENELITIAN PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN	12
GAMBAR 2.1	BAURAN PEMASARAN	14
GAMBAR 2.2	GRAND TEORI	29
GAMBAR 4.1	HASIL PERHITUNGAN PERSENTASE TOTAL SKOR DARI VARIABEL <i>BRAND IMAGE</i>	69
GAMBAR 4.2	HASIL PERHITUNGAN PERSENTASE TOTAL SKOR DARI VARIABEL <i>LOYALITAS KONSUMEN</i>	76
GAMBAR 4.3	KURVA UJI-T DUA PIHAK VARIABEL <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP VARIABEL <i>LOYALITAS KONSUMEN</i>	81