

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK..... i

KATA PENGANTAR.....ii

DAFTAR ISI..... v

DAFTAR TABEL..... xi

DAFTAR GAMBAR.....xv

**BAB I PENDAHULUAN.....1**

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Identifikasi Masalah..... 12

C. Rumusan Masalah..... 14

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... 15

1. Tujuan Penelitian..... 15

2. Kegunaan Penelitian..... 15

a. Kegunaan Teoritis..... 15

b. Kegunaan Praktis..... 16

E. Kerangka Pemikiran..... 16

F. Penelitian Terdahulu..... 21

G. Hipotesis..... 25

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....26**

A. Pengertian Manajemen..... 26

B. Pengertian Pemasaran.....	27
C. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	30
1. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	32
2. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	32
3. Bauran Pemasaran.....	33
D. Atribut Produk.....	34
E. Citra Merek.....	35
1. Pengertian Merek.....	35
a. Tingkatan Pengertian Merek.....	36
b. Manfaat Merek.....	37
2. Pengertian Citra.....	39
3. Pengertian Citra Merek.....	40
a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	41
4. Dimensi Citra Merek.....	41
F. Kualitas Produk.....	42
1. Pengertian Kualitas.....	42
2. Pengertian Produk.....	43
3. Pengertian Kualitas Produk.....	45
4. Dimensi Kualitas Produk.....	46
G. Loyalitas Pelanggan.....	47
1. Pengertian Loyalitas.....	47
2. Pengertian Pelanggan.....	48
3. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	49

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	56
5. Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	57
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>58</b>
A. Metode Penelitian.....	58
B. Populasi dan Sampel.....	60
1. Populasi	60
2. Sampel	61
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	62
C. Jenis Data.....	62
1. Data Primer.....	62
2. Data Sekunder.....	63
D. Variabel Penelitian.....	63
1. Variabel Independen (X).....	63
2. Variabel Dependen (Y).....	64
E. Teknik Pengumpulan Data.....	67
F. Teknik Analisis Data.....	70
1. Uji Validitas.....	70
2. Uji Reliabilitas.....	72
G. Teknik Pengolahan Data.....	75
1. Analisis Regresi Berganda.....	75
2. Uji Hipotesis.....	77
a. Uji Parsial ( <i>t-test</i> ).....	77
b. Uji Simultan ( <i>F-test</i> ).....	78

3. Koefisien Determinasi.....	79
H. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	80
1. Lokasi Penelitian.....	80
2. Jadwal Penelitian.....	80
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>81</b>
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	81
1. Sejarah Singkat KFC di Indonesia.....	81
2. Sejarah Singkat KFC Keparatihan Kota Bandung.....	84
3. Visi dan Misi PT. <i>Fastfood</i> Indonesia,Tbk.....	84
4. Strategi Perusahaan dan Nilai-Nilai Perusahaan.....	84
a. Strategi Perusahaan.....	84
b. Nilai-Nilai Perusahaan.....	85
5. Struktur Organisasi KFC Keparatihan Kota Bandung.....	86
a. Deskripsi Jabatan.....	87
B. Data Deskriptif Pelanggan KFC Keparatihan Kota Bandung.....	89
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	89
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	90
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	91
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	92
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	92
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Restoran yang Dikunjungi Selain KFC untuk Wilayah Keparatihan.....	93
C. Pengolahan Data Deskriptif.....	94

1. Tanggapan Responden Tentang Citra Merek (X1).....	94
a. Tanggapan Responden Mengenai <i>Recognition</i> .....	94
b. Tanggapan Responden Mengenai <i>Reputation</i> .....	97
c. Tanggapan Responden Mengenai <i>Affinity</i> .....	98
d. Tanggapan Responden Mengenai <i>Domain</i> .....	101
2. Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk (X2).....	103
a. Tanggapan Responden Mengenai <i>Performance</i> .....	103
b. Tanggapan Responden Mengenai <i>Durability</i> .....	105
c. Tanggapan Responden Mengenai <i>Conformance</i> .....	106
d. Tanggapan Responden Mengenai <i>Features</i> .....	107
e. Tanggapan Responden Mengenai <i>Reliability</i> .....	108
f. Tanggapan Responden Mengenai <i>Aesthetics</i> .....	110
g. Tanggapan Responden Mengenai <i>Perceived Quality</i> .....	111
3. Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan (Y).....	112
a. Tanggapan Mengenai <i>Repeat Purchase</i> .....	112
b. Tanggapan Mengenai <i>Retention</i> .....	114
c. Tanggapan Mengenai <i>Referalls</i> .....	117
D. Analisis Data.....	119
1. Uji Validitas.....	119
2. Uji Reliabilitas.....	121
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	123
4. Uji Hipotesis.....	125
a. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t).....	125

b. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F).....	127
5. Analisis Korelasi.....	129
a. Korelasi Berganda.....	129
b. Matriks Korelasi.....	131
6. Analisis Koefisien Determinasi.....	132
E. Pembahasan.....	133
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	134
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	135
3. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	136
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>138</b>
A. Kesimpulan.....	138
B. Saran	140
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>142</b>
<b>LAMPIRAN</b>	