

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT.....	ix
RINGKASAN	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Kualitas Pelayanan.....	17
2.2.2 Promosi Penjualan	24
2.2.3 Citra Merek.....	30
2.2.4 Loyalitas Konsumen	34
2.3 Kerangka Berpikir.....	39
2.4 Hipotesis.....	40

BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Waktu Dan Lokasi Penelitian	41
3.2 Jenis Penelitian.....	41
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel	42
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.4.1 Data Primer	43
3.4.2 Data Sekunder	44
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Operasional Variabel	46
3.5.1 Variabel Independen/Variabel Bebas (X)	46
3.5.2 Variabel Dependen / Variabel Terikat (Y).....	49
3.6 Metode Analisis Data.....	49
3.6.1 Uji Validitas.....	50
3.6.2 Uji Reliabilitas	51
3.6.3 Asumsi Klasik.....	52
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda	53
3.6.5 Uji Korelasi Berganda.....	54
3.6.6 Uji Parsial (t).....	55
3.6.7 Uji Simultan (F).....	56
3.7 Jadwal Penelitian.....	58
BAB IV KEADAAN UMUM DAN DAERAH PENELITIAN	59
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	59
4.2 Visi dan Misi	60
4.3 Struktur Organisasi.....	60
4.4 Jenis Pelayanan.....	62
4.5 Jenis Promosi Penjualan	63
4.6 Jumlah Konsumen	63
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
5.1 Karakteristik Responden	64
5.1.1 Jenis Kelamin	64

5.1.2 Usia	65
5.2 Rekapitulasi Tanggapan Responden.....	66
5.2.1 Deskripsi Persepsi Variabel Penelitian	66
5.2.2 Persepsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	67
5.2.3 Persepsi Responden Terhadap Variabel Promosi Penjualan (X2)	68
5.2.4 Persepsi Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X3).....	69
5.2.5 Persepsi Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	71
5.3 Pengujian Hipotesis	72
5.3.1 Uji Validitas	72
5.3.2 Uji Reliabilitas	73
5.3.3 Uji Asumsi Klasik	74
5.3.4 Uji Regresi Linier Berganda	78
5.3.5 Uji Korelasi Berganda.....	80
5.3.6 Uji t.....	81
5.3.7 Uji F	84
5.4 Intreprestasi Hasil Penelitian.....	85
BAB VI PENUTUP	90
6.1 Kesimpulan.....	90
6.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93

