

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GRAFIK	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Struktur Organisasi Skripsi.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. <i>Brand Personality</i>	5
1. Pengertian <i>Brand Personality</i>	5
2. Dimensi <i>Brand Personality</i>	6
3. Pembentuk <i>Brand Personality</i>	7
B. Loyalitas Konsumen	7
1. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	7
2. Karakteristik Loyalitas	8
3. Jenis Loyalitas Pelanggan	9
4. Tingkat Loyalitas Pelanggan	9
5. Perspektif Loyalitas	10
6. Jenis Loyalitas Pelanggan	11
7. Faktor-faktor Loyalitas.....	12
C. Kerangka Berpikir	13
D. Hipotesis Penelitian.....	14

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	16
B. Populasi dan Sampel Penelitian	16
C. Teknik Pengambilan Sampel	17
D. Metode Pengambilan Data	17
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	18
F. Instrumen Penelitian	19
G. Analisis Instrumen	23
H. Teknik Analisis Data	27
I. Prosedur Pelaksanaan Penelitian.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	30
1. Pemaparan Data Demografi	30
2. Gambaran <i>Brand Personality</i>	31
3. Pemaparan Data Loyalitas Pengguna	34
4. Hubungan <i>Brand Personality</i> dengan Loyalitas Pengguna	37
5. Keterbatasan Penelitian	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	40
B. Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen <i>Brand Personality</i>	19
Tabel 3.2 Penilaian Item Kuesioner <i>Brand Personality</i>	20
Tabel 3.3 Pengkategorian <i>Brand Personality</i>	21
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Pengguna.....	21
Tabel 3.5 Pembobotan Skor.....	22
Tabel 3.6 Kategorisasi Skala.....	22
Tabel 3.7 Hasil Uji Valisitas Instrumen <i>Brand Personality</i>	24
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Instrumen Loyalitas Pengguna.....	24
Tabel 3.9 Kategorisasi Koefisien Realibilitas Instrumen	25
Tabel 3.10 Hasil Uji Reabilitas Brand Personality Sebelum 2 Item Dibuang	26
Tabel 3.11 Hasil Uji Reabilitas Brand Personality Setelah 2 Item Dibuang.....	26
Tabel 3.12 Hasil Uji Reabilitas Loyalitas Loyalitas Pengguna.....	26.
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4.2 Data Karakteristik Berdasarkan Lamanya Penggunaan.....	30
Tabel 4.3 Proporsi Dimensi Personality Iphone Pada Kalangan Mahasiswa Di Kota Bandung	33
Tabel 4.4 Statistik Deskripti Loyalitas Pengguna Iphone Pada Kalangan Mahasiswa di Kota Bandung	34
Tabel 4.5 Proporsi Loyalitas Pengguna Iphone Pada Kalangan Mahasiswa Di Kota Bandung	36
Tabel 4.6 Korelasi Brand Personality Dengan Loyalitas Pengguna Iphon Pada Kalangan Mahasiswa di Kota Bandung	37

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Tingkat Loyalitas Pengguna Iphone Pada Kalangan Mahasiswa di Kota Bandung	35
Diagram 4.1 Gambaran <i>Brand Personalitty</i> Iphone Pada Kalangan Mahasiswa di Kota Bandung.....	32