

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	9
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Konsep Pemasaran	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 <i>Marketing Mix</i>	13
2.1.3 Produk	16
2.1.4 Atribut Produk.....	17
2.2 Konsep <i>Brand Personality</i>	21
2.2.1 Merek	22
2.2.2 Konseptualisasi Merek	23
2.2.3 <i>Brand Identity</i>	26

Yudha Trisyah Putra, 2013

Pengaruh Brand Personality Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kuku Bima Energi (Survey Pada Mahasiswa S2 Pengguna Kuku Bima Energi di SPS UPI Bandung Angkatan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.2.4 <i>Brand Personality</i>	29
2.2.5 Karakteristik Inti <i>Brand Personality</i>	31
2.2.6 Menciptakan <i>Brand Personality</i>	32
2.3 Konsep Loyalitas Pelanggan	33
2.3.1 Pengertian Loyalitas.....	33
2.3.2 Perspektif Loyalitas.....	34
2.3.3 Karakteristik Loyalitas	35
2.3.4 Jenis Loyalitas Pelanggan	36
2.3.5 Tingkat Loyalitas Pelanggan.....	38
2.4 Pengaruh <i>Brand Personality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	44
2.5 Kerangka Pemikiran.....	45
2.6 Hipotesis.....	50

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	52
3.2 Metode Penelitian.....	52
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	52
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	54
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	57
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	59
3.2.4.1 Populasi.....	59
3.2.4.2 Sampel.....	62
3.2.4.3 Teknik Sampling	64
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.2.6 Rancangan Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	67
3.2.6.1 Validitas	67
3.2.6.2 Reliabilitas	69
3.3 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	72
3.3.1 Rancangan Analisis Data	72
3.3.1.1 Analisis Deskriptif	72
3.3.1.2 Analisis Verifikatif.....	73

3.3.2 Pengujian Hipotesis.....	80
--------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	82
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	82
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	84
4.1.2.1 Visi PT.SIDOMUNCUL.....	84
4.1.2.2 Misi PT.SIDOMUNCUL.....	84
4.1.3 Ruang Lingkup/Produk Dan Jasa Yang Ditawarkan	84
4.1.4 Logo dan Produk Perusahaan.....	85
4.2 Analisis Karakteristik Responden	85
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	87
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan dan Uang Saku Per bulan	88
4.3 Analisis Pengalaman Responden	89
4.3.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Varian Rasa.....	89
4.3.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Ukuran Yang digunakan	90
4.3.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	90
4.3.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	91
4.4 Gambaran Variabel Penelitian	92
4.4.1 Penilaian Responden Terhadap <i>Brand Personality</i>	

Yudha Trisyah Putra, 2013

Pengaruh Brand Personality Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kuku Bima Energi (Survey Pada Mahasiswa S2 Pengguna Kuku Bima Energi di SPS UPI Bandung Angkatan 2011)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Kuku Bima Energi.....	93
4.4.1.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Sincerity</i> (Ketulusan Hati) Kuku Bima Energi.....	93
4.4.1.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Excitement</i> (Kegembiraan) Kuku Bima Energi	96
4.4.1.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Competence</i> (Kemampuan) Kuku Bima Energi	99
4.4.1.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Sophistication</i> (Keduniawian) Kuku Bima Energi.....	102
4.4.1.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Ruggedness</i> (Ketangguhan) Kuku Bima Energi.....	105
4.4.2 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Personality</i> Kuku Bima Energi	107
4.4.3 Penilaian Responden Terhadap Loyalitas Kuku Bima Energi.....	110
4.4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi Pembelian Kuku Bima Energi Dalam Setahun	110
4.4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Produk Kuku Bima Energi Selain Minuman Berenergi	111
4.4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Rekomendasi Terhadap Orang Lain Agar Menggunakan Kuku Bima Energi	112
4.4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Keyakinan Untuk Tidak Berpindah Merek Meskipun Ada Merek Yang	

Menawarkan Kualitas Yang Lebih Baik	113
4.4.3.5 Tanggapan Responden Terhadap Keyakinan Untuk Tidak Berpindah Merek Meskipun Ada Merek Yang Menawarkan Harga Yang Lebih Murah	114
4.4.3.6 Tanggapan Responden Mengenai Akan Tetap Menggunakan Kuku Bima Energi.....	115
4.4.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan Kuku Bima Energi	116
4.5 Pengujian Hipotesis Penelitian Pengaruh <i>Brand Personality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	118
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	130
5.2 Rekomendasi	131
DAFTAR PUSTAKA	133

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Market Size Beberapa Industri Di Indonesia Tahun 2011	2
TABEL 1.2 Perusahaan-Perusahaan Minuman Berenergi.....	3
TABEL 1.3 <i>Brand Share, Brand Value</i> dan <i>Top Brand Index</i> Minuman Berenergi	5
TABEL 1.4 Loyalitas Merek Minuman Berenergi	7
TABEL 2.1 Definisi Pemasaran.....	12
TABEL 2.2 Definisi <i>Brand Personality</i>	29
TABEL 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	54
TABEL 3.2 Jenis dan Sumber Data	58
TABEL 3.3 Jumlah Mahasiswa S2 SPS UPI Bandung Angkatan 2011	60
TABEL 3.4 Hasil Jumlah Populasi Penelitian	61
TABEL 3.5 Proporsi Penyebaran Sampel.....	65
TABEL 3.6 Pedoman Untuk Memberikan Klasifikasi Pengujian Hubungan	69
TABEL 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
TABEL 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	87
TABEL 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan Atau Uang Saku Perbulan	87
TABEL 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Varian Rasa.....	89
TABEL 4.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Ukuran Yang Biasa Digunakan	90
TABEL 4.6 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	91
TABEL 4.7 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Jadi Pelanggan	91
TABEL 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Kualitas Kuku Bima Energi	93

TABEL 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Kandungan Bahan Yang Digunakan Kuku Bima Energi	94
TABEL 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Keidentikan Kuku Bima Energi Dengan Keceriaan	95
TABEL 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Keidentikan Kuku Bima Energi Dengan Usia Muda.....	96
TABEL 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Keunikan Kemasan Kuku Bima Energi.....	97
TABEL 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Kreatifitas Kuku Bima Energi Dalam Menciptakan Berbagai Pilihan Jenis Minuman Berenergi	97
TABEL 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Kecepatan Kuku Bima Energi Dalam Melakukan Pengembangan Produk	98
TABEL 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Kualitas Kuku Bima Energi	99
TABEL 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Pengalaman Kuku Bima Energi	100
TABEL 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Keamanan Kuku Bima Energi.....	101
TABEL 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Menggunakan Kuku Bima Energi	102
TABEL 4.19	Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan Kuku Bima Energi Dibandingkan Dengan Merek Lain.....	103
TABEL 4.20	Tanggapan Responden Terhadap Perbedaan Citra Merek Kuku Bima Energi Dengan Merek Lain	104
TABEL 4.21	Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik Varian Kuku Bima Energi Yang Mewah.....	105
TABEL 4.22	Tanggapan Responden Terhadap Manfaat Kuku Bima Energi Dalam Mendukung Aktifitas Di Luar Rumah.....	106
TABEL 4.23	Tanggapan Responden Terhadap Daya Tahan Kuku Bima Energi.....	106
TABEL 4.24	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Personality</i> Kuku Bima Energi	108
TABEL 4.25	Tanggapan Responden Terhadap Frekuensi Pembelian	

	Kuku Bima Energi Dalam Setahun	111
TABEL 4.26	Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Produk Kuku Bima Energi Selain Minuman Berenergi	111
TABEL 4.27	Tanggapan Responden Terhadap Rekomendasi Terhadap Orang Lain Agar Menggunakan Kuku Bima Energi	112
TABEL 4.28	Tanggapan Responden Terhadap Keyakinan Untuk Tidak Berpindah Merek Meskipun Ada Merek Lain Yang Menawarkan Kualitas Lebih Baik.....	113
TABEL 4.29	Tanggapan Responden Terhadap Keyakinan Untuk Tidak Berpindah Merek Meskipun Ada Merek Lain Yang Menawarkan Harga Lebih Murah	114
TABEL 4.30	Tanggapan Responden Terhadap Akan Tetap Menggunakan Kuku Bima Energi	115
TABEL 4.31	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan	116
TABEL 4.32	Matriks Korelasi Antara Dimensi <i>Brand Personality</i> Dengan Loyalitas Pelanggan.....	119
TABEL 4.33	Hasil Pengujian Koefisien Jalur	121
TABEL 4.34	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Brand Personality</i> Dimensi <i>Sincerity</i> Terhadap loyalitas Pelanggan.....	123
TABEL 4.35	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Brand Personality</i> Dimensi <i>Excitement</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	124
TABEL 4.36	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Brand Personality</i> Dimensi <i>Competence</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	125
TABEL 4.37	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Brand Personality</i> Dimensi <i>Sophistication</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	126
TABEL 4.38	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Brand Personality</i> Dimensi <i>Ruggedness</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	127
TABEL 4.39	Hasil Pengujian Pengaruh <i>Brand Personality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	128

TABEL 4.40 Hasil Pengujian Pengaruh *Brand Personality*
Terhadap Loyalitas Pelanggan 129



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 <i>Market Share</i> Minuman Berenergi Tahun 2010.....	4
GAMBAR 2.1 Empat Komponen Dalam Bauran Pemasaran	14
GAMBAR 2.2 Pengertian Produk	17
GAMBAR 2.3 Kemajuan Konsep Merek	26
GAMBAR 2.4 Dimensi Pembentuk <i>Brand Identity</i>	28
GAMBAR 2.5 Piramida Pelanggan	39
GAMBAR 2.6 Tingkatan Loyalitas Menurut Griffin	43
GAMBAR 2.7 The Pyramid Loyalty	43
GAMBAR 2.8 Kerangka Pemikiran	49
GAMBAR 2.9 Paradigma Penelitian	50
GAMBAR 3.1 Struktur Hubungan Kausal Antara X dan Y	76
GAMBAR 3.2 Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis X.....	77
GAMBAR 4.1 Logo Perusahaan.....	85
GAMBAR 4.2 Berbagai Produk SIDO MUNCUL	85
GAMBAR 4.3 Diagram Jalur Hipotesis	119
GAMBAR 4.4 Diagram Jalur Utama Pengujian Hipotesis.....	122

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian

Lampiran 2 Riwayat Hidup

Lampiran-Lampiran



Yudha Trisyah Putra, 2013

Pengaruh Brand Personality Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kuku Bima Energi (Survey Pada Mahasiswa S2 Pengguna Kuku Bima Energi di SPS UPI Bandung Angkatan 2011)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu