

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	v
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	10
1.2.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	11
1.3.1 Tujuan penelitian.....	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	13
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	13
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	13
2.1.1.2 Bauran Pemasaran.....	14
2.1.2 Konsep Produk .....	17
2.1.2.1 Pengertian Produk .....	17
2.1.2.2 Tingkatan Produk.....	18
2.1.2.3 Klasifikasi Produk.....	19
2.1.2.4 Bauran Produk.....	21
2.1.3 Konsep Merek .....	23
2.1.3.1 Pengertian Merek .....	23
2.1.3.2 Fungsi Merek .....	25
2.1.4 Konsep Ekuitas Merek.....	27

2.1.4.1	Pengertian Ekuitas Merek .....	27
2.1.4.2	Elemen ekuitas Merek.....	29
2.1.5	Konsep Loyalitas Pelanggan .....	36
2.1.5.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	36
2.1.5.2	Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	37
2.1.5.3	Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	38
2.1.5.4	Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan .....	40
2.1.6	Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Kepada Loyalitas Pelanggan.....	42
2.2	Kerangka Pemikiran .....	45
2.3	Hipotesis.....	51

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1	Objek Penelitian .....	53
3.2	Metode Penelitian .....	53
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	53
3.2.2	Operasionalisasi Variabel .....	55
3.2.3	Jenis dan Sumber Data .....	60
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	61
3.2.4.1	Populasi.....	61
3.2.4.2	Sampel.....	62
3.2.4.3	Teknik Sampling .....	64
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data .....	65
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	66
3.2.6.1	Pengujian Validitas .....	67
3.2.6.2	Pengujian Reliabilitas .....	70
3.2.7	Teknik Analisa Data .....	72
3.2.8	Rancangan Pengujian Hipotesis .....	79

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHAAN**

4.1	Profil Perusahaan .....	81
-----	-------------------------	----

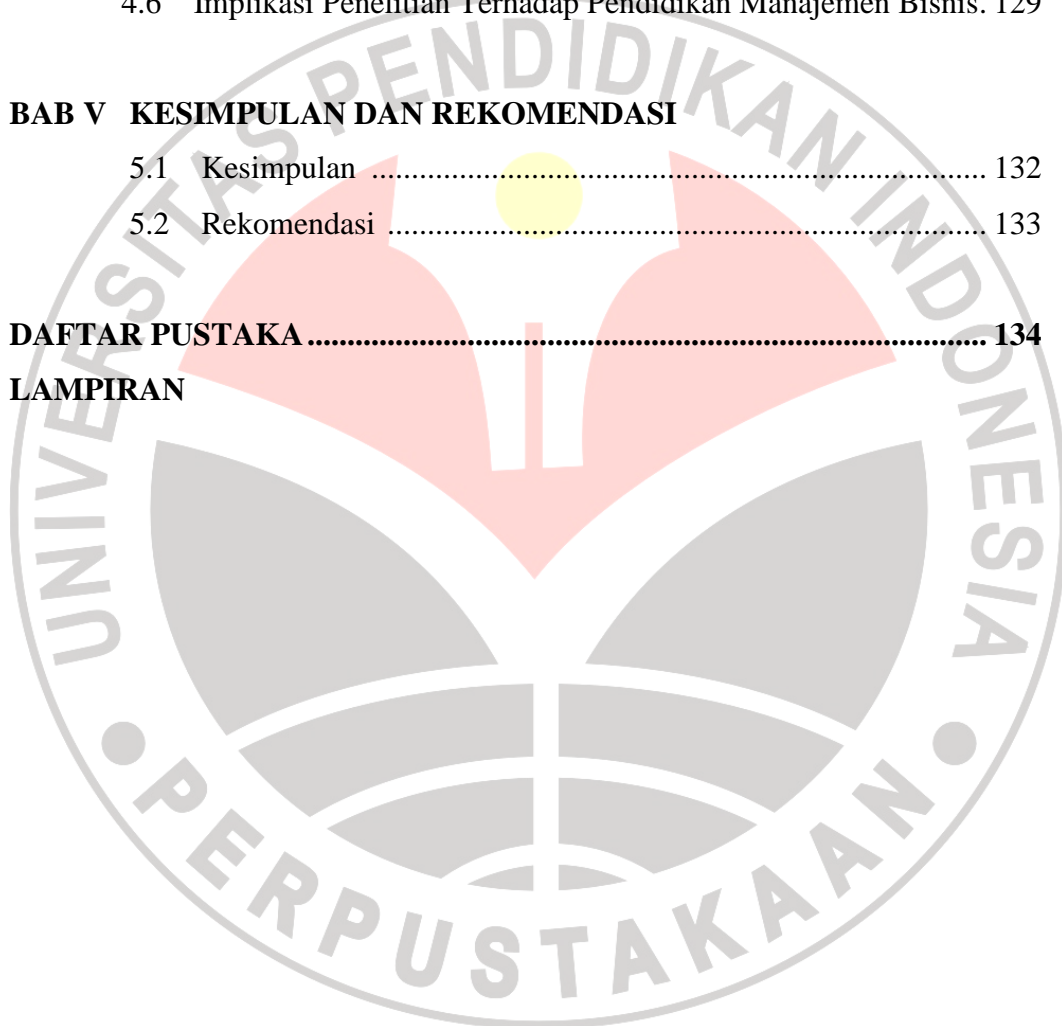
4.2	Karakteristik dan Pengalaman Responden .....	83
4.3	Gambaran Variabel penelitian .....	95
4.3.1	Gambaran Ekuitas Merek .....	96
4.3.2	Gambaran Loyalitas Pelanggan .....	106
4.4	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	122
4.5	Implikasi Hasil Penelitian .....	126
4.6	Implikasi Penelitian Terhadap Pendidikan Manajemen Bisnis.	129

## **BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

5.1	Kesimpulan .....	132
5.2	Rekomendasi .....	133

## **DAFTAR PUSTAKA .....**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

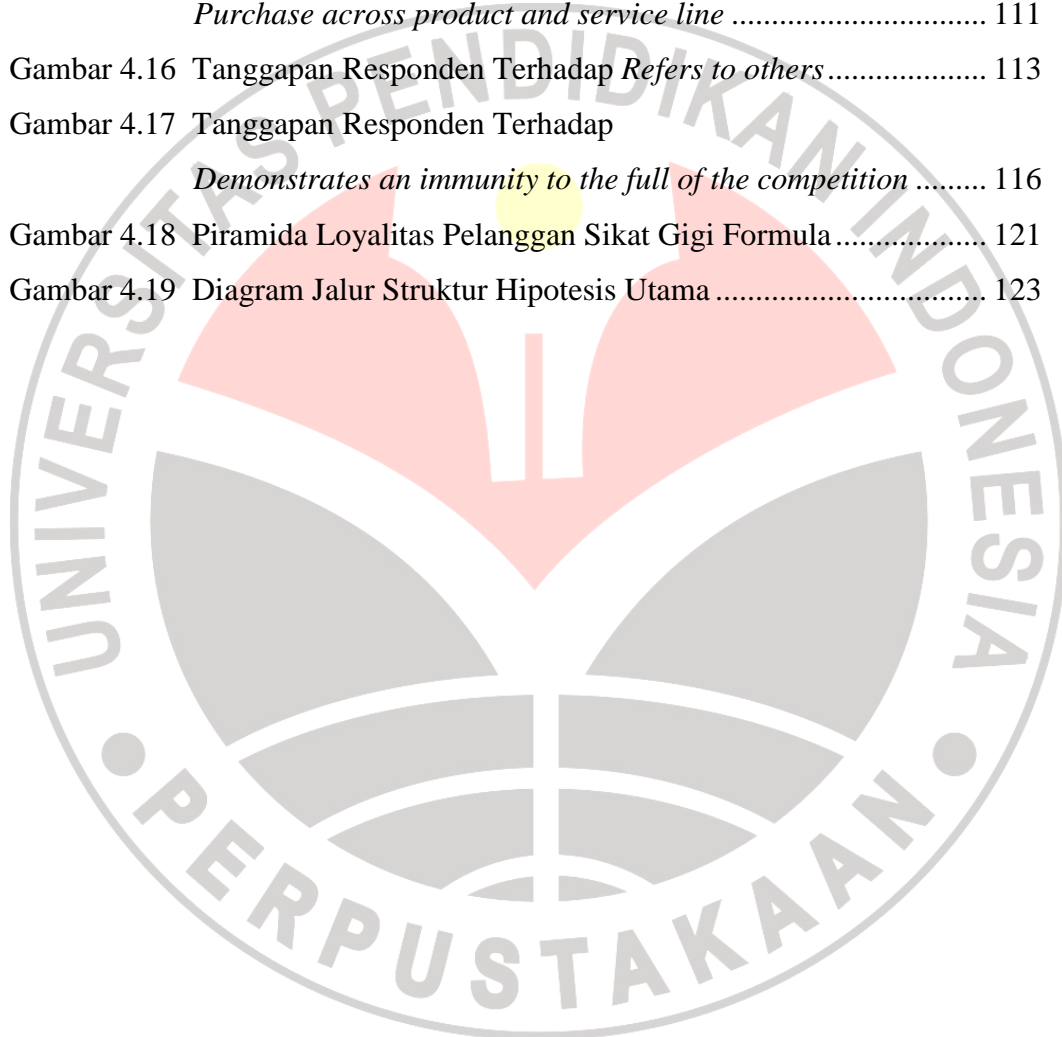
Tabel 1.1	Pangsa Merek Produk Sikat Gigi .....	3
Tabel 1.2	Tingkat Kepuasan pelanggan terhadap Sikat Gigi .....	4
Tabel 1.3	Loyalitas Pelanggan Produk Sikat Gigi .....	5
Tabel 1.4	Hasil Pra Penelitian .....	6
Tabel 2.1	Definisi Pemasaran.....	13
Tabel 2.2	Definisi Merek .....	23
Tabel 2.3	Fungsi Merek bagi Konsumen .....	26
Tabel 2.4	Manfaat-Manfaat Merek .....	26
Tabel 2.5	Definisi Ekuitas Merek .....	27
Tabel 2.6	Definisi Loyalitas pelanggan .....	36
Tabel 3.1	Operasionalisasi variabel .....	56
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	60
Tabel 3.3	Jumlah Penduduk di Kelurahan Isola.....	62
Tabel 3.4	Penyebaran Proporsi Sampel pada setiap RW .....	64
Tabel 3.5	Koefisien Korelasi.....	68
Tabel 3.6	Skor Alternatif Jawaban Pertanyaan .....	72
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	83
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	84
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	85
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	86
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	88
Tabel 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi .....	89
Tabel 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Penggunaan Merek Lain .	91
Tabel 4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menggunakan .....	92
Tabel 4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Varian Sikat Gigi Formula Yang digunakan .....	94
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	96
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Quality</i> .....	98
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Association</i> .....	100

Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	101
Tabel 4.14	Rekapitulasi Gambaran Responden Terhadap Ekuitas Merek....	104
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap <i>Makes regular repeat purchases</i> .....	107
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap <i>Purchase across product and service line</i> .....	110
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap <i>Refers to others</i> .....	112
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap <i>Demonstrates an immunity to the full of the competition</i> .....	114
Tabel 4.19	Rekapitulasi Gambaran Responden Terhadap Loyalitas pelanggan .....	117
Tabel 4.20	Perhitungan Gambaran Loyalitas Pelanggan Sikat Gigi Formula .....	120
Tabel 4.21	Matrik Korelasi Antara Dimensi Ekuitas Merek dengan Loyalitas Pelanggan.....	122
Tabel 4.22	Hasil Pengujian Pengaruh Ekuitas merek terhadap Loyalitas Pelanggan .....	142

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Bauran Pemasaran .....	15
Gambar 2.2	Pengertian Produk .....	18
Gambar 2.3	<i>Three Level Product</i> .....	19
Gambar 2.4	Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	30
Gambar 2.5	Nilai dari Kesan Kualitas .....	32
Gambar 2.6	Nilai Asosiasi Merek .....	34
Gambar 2.7	<i>The Pyramid Loyalty</i> .....	40
Gambar 2.8	Empat Jenis Loyalitas .....	41
Gambar 2.9	Model Kepuasan dan Loyalitas .....	41
Gambar 2.10	Kerangka Pemikiran Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas pelanggan .....	50
Gambar 2.11	Paradigma Penelitian Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas pelanggan .....	51
Gambar 3.1	Pembagian Sampel Pengguna Sikat Gigi di Kelurahan Isola Bandung .....	65
Gambar 3.2	Struktur Kausal Antara X dan Y .....	75
Gambar 3.3	Diagram Jalur Struktur Hipotesis Utama .....	76
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	84
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	85
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	86
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	87
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	89
Gambar 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi .....	90
Gambar 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Penggunaan Merek Lain .....	92
Gambar 4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menggunakan .....	93
Gambar 4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Varian Sikat Gigi Formula Yang digunakan .....	95
Gambar 4.10	Piramida Persepsi pengguna Terhadap <i>Brand awareness</i> .....	98

Gambar 4.11	Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Quality</i> .....	99
Gambar 4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Association</i> .....	101
Gambar 4.13	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	104
Gambar 4.14	Tanggapan Responden Terhadap <i>Makes regular repeat purchases</i> .....	109
Gambar 4.15	Tanggapan Responden Terhadap <i>Purchase across product and service line</i> .....	111
Gambar 4.16	Tanggapan Responden Terhadap <i>Refers to others</i> .....	113
Gambar 4.17	Tanggapan Responden Terhadap <i>Demonstrates an immunity to the full of the competition</i> .....	116
Gambar 4.18	Piramida Loyalitas Pelanggan Sikat Gigi Formula.....	121
Gambar 4.19	Diagram Jalur Struktur Hipotesis Utama .....	123





## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I Instrumen Penelitian (Angket)
- LAMPIRAN 2 Daftar Riwayat Hidup
- LAMPIRAN 3 Koding Data
- LAMPIRAN 4 Proses perhitungan SPSS dan Manual
- LAMPIRAN 5 Pengujian Hipotesis
- LAMPIRAN 6 Hasil validitas dan Reliabilitas
- LAMPIRAN 7 Tabel Statistik
- LAMPIRAN 8 Keterangan Lain

