

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	13
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Manfaat Penelitian	15
1.4. Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Landasan Teori	17
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	17
2.1.2 Sikap Terhadap Merek	24
2.1.3 Keunggulan Produk	27
2.1.4 Efek Komunitas	33
2.2. Ajuan Hipotesis	37
2.3. Penelitian Terdahulu	42
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis	44
2.5. Hipotesis	44
2.6. Definisi Konseptual Variabel	45

BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	47
3.1.1. Variabel Penelitian	47
3.1.2. Definisi Operasional Variabel	48
3.2. Populasi dan Sampel	51
3.1.1. Populasi	51
3.1.2. Teknik Pengambilan Sampel	51
3.3. Jenis dan Sumber Data.	52
3.1.1. Data Primer	53
3.1.2. Data Sekunder	53
3.4. Metode Pengumpulan Data	53
3.5. Metode Analisis Data	54
3.5.1. Analisi Data Kuantitatif	54
3.5.2 Analisis Data Kualitatif	55
3.5.3. Analisis Indeks Jawaban Responden	55
3.5.4. Uji Kualitas Data	56
3.5.4.1. Uji Validitas	56
3.5.4.1. Uji Reliabilitas	57
3.5.5. Uji Asumsi Klasik	57
3.5.5.1. Uji Multikolineritas	58
3.5.5.2. Uji Heterokedastisitas	58
3.5.5.3. Uji Normalitas	59
3.5.6. Analisis Regresi Linear Berganda	59
3.6. Pengujian Hipotesis	60
3.6.1. Uji T	60
3.6.2. Uji F	61
3.6.3. Koefisien Determinasi	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	63
4.1.1. Sejarah Perkembangan Usaha.	63
4.1.2. Gambaran Umum Responden	67

4.1.2.1. Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.1.2.2. Berdasarkan Status Perkawinan	68
4.1.2.3. Berdasarkan Umur	68
4.1.2.4. Berdasarkan Pendidikan	69
4.1.2.5. Berdasarkan Pekerjaan	69
4.1.2.6. Berdasarkan Pengeluaran Pembelian	70
4.2. Hasil Indeks Jawaban Responden	71
4.2.1. Variabel Keunggulan Produk	71
4.2.2. Variabel Efek Komunitas	73
4.2.3. Variabel Sikap Terhadap Merek	75
4.2.4. Variabel Loyalitas Pelanggan	77
4.3. Pengujian Instrumen	79
4.3.1. Uji Validitas	79
4.3.2. Uji Reliabilitas	80
4.4. Hasil Model	82
4.4.1. Uji Normalitas	82
4.4.2. Uji Multikolonieritas	84
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas	85
4.5. Uji Keباikan Model	86
4.5.1. Persamaan Regresi	86
4.5.2. Koefisien Determinasi	89
4.5.3. Uji F	90
4.6. Hasil Uji Hipotesis	91
4.7. Pembahasan	94
BAB V PENUTUP	98
5.1. Kesimpulan	98
5.2. Keterbatasan Penelitian	100
5.3. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	106