

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Keaslian Penelitian	11
D. Tujuan Penelitian	13
E. Keaslian Penelitian	13
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	16
A. Loyalitas Konsumen	16
1. Pengertian Loyalitas Konsumen	16
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	23
B. Strategi Perluasan Merek (<i>Brand Extension</i>).....	24
1. Pengertian Strategi Perluasan Merek	24
2. Keuntungan dan Kerugian Perluasan Merek	27
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perluasan Merek	27
C. Hubungan Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen .	29
D. Kerangka Teoritik	31
E. Hipotesis	33
BAB III: METODE PENELITIAN	34
A. Rancangan Penelitian	34
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	34
2. Metode Pengumpulan Data	34
B. Identifikasi Variabel Penelitian	35
C. Definisi Operasional	35
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	36
1. Populasi	36
2. Sampel	36
E. Instrumen Penelitian	37
1. Kuisisioner Perluasan Merek	37
a. Definisi Operasional	37
2. Kuisisioner Loyalitas Konsumen	40

a. Definisi Operasional	40
F. Analisis Data	42
1. Uji Normalitas	42
2. Uji Linieritas	43
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Hasil Penelitian	44
1. Deskripsi Proses Pelaksanaan Penelitian	44
a. Persiapan Penelitian	44
b. Penyusunan Instrumen Penelitian	45
c. Penentuan Skoring Alat Ukur	46
d. Persiapan Administrasi	46
e. Pelaksanaan Penelitian	46
2. Karakteristik Responden	47
3. Hasil Uji Antar Variabel	54
B. Pengujian Hipotesis	56
C. Pembahasan	58
BAB V: PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
1. Saran Praktis	66
2. Saran Teoritis	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	