

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Kegunaan Penelitian .....	4
<b>BAB II STUDI KEPUSTAKAAN</b> .....	<b>6</b>
2.1 Landasan Teoritis .....	6
2.1.1 Pengertian Merek.....	6
2.1.2 Pengertian <i>Brand Loyalty</i> .....	7
2.1.3 Fungsi <i>Brand Loyalty</i> .....	8
2.1.4 Tingkatan <i>Brand Loyalty</i> .....	8
2.1.5. Indikator <i>Brand Loyalty</i> .....	13
2.1.6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Loyalty</i> ..	14
2.2 Penelitian Sebelumnya .....	16
2.3 Hipotesis .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>
3.1 Ruang Lingkup dan Lokasi Penelitian .....	19
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	19
3.3 Populasi dan Sampling .....	20
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	21
3.5 Metode Analisis Data .....	22
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	24

<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>25</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	25
4.1.1	Gambaran Umum Produk Aqua dan Tari.....	25
4.1.2	Karakteristik Responden.....	28
4.1.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	30
4.1.4	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Loyalty</i> Aqua.....	31
4.1.5	Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Loyalty</i> Tari.....	33
4.2	Pembahasan .....	36
4.2.1	Penilaian Konsumen terhadap <i>Brand Equity</i> Air Mineral Aqua dan Tari pada Mahasiswa Fakultas Universitas Samudra.....	36
4.2.2	Pembuktian Hipotesis .....	39
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>41</b>
5.1	Kesimpulan.....	41
5.2	Saran .....	42
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>42</b>
	<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III-1 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	23
Tabel IV-1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	28
Tabel IV-2 Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi .....	28
Tabel IV-3 Hasil Uji Validitas .....	30
Tabel IV-4 Hasil Uji Reliabilitas.....	30
Tabel IV-5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Loyalty</i> Produk Air Mineral Aqua.....	31
Tabel IV-6 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Loyalty</i> Produk Air Mineral Tari .....	34
Tabel IV-7 Penilaian Konsumen terhadap Air Mineral Aqua dan Tari Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Samudra ....	37
Tabel IV-8 Uji beda.....	40

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner .....	45
Lampiran 2 Skor Kuesioner .....	48
Lampiran 3 Output SPSS .....	51
Lampiran 4 Dokumentasi .....	60