

**PENGARUH CITRA MEREK , PROMOSI DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA YAMAHA**

NMAX DI WILAYAH KELAPA GADING

Oleh :

Nama : Agustina Pranata

NIM : 21120265

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar sarjana

Progam Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

AGUSTUS 2017

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENGARUH CITRA MEREK , PROMOSI DAN HARGA

TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA

YAMAHA NMAX DI WILAYAH

KELAPA GADING

Belian	:
Sumbangan	:	Agustina.p
Hadiah	:
Fotocopy	:

Diajukan Oleh :

Nama : Agustina Pranata

NIM : 21120265

Jakarta, 6 April 2017

Disetujui Oleh :

Pembimbing

(Prof. Dr. Husein Umar, SE.,MBA.,MM.)

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber. Untuk penyalinan dan penggunaan karya tulis ini, penulisan harus disertai dengan pernyataan:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritikan dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

09/10-90-61-2115
No. ON
KwK Kian Gie
IBI KKG

Institut Bisnis dan Informatika Kw



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

Fakultas Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jurusan Manajemen Pemasaran

Skripsi Sarjana Manajemen Pemasaran

Semester Ganjil Tahun 2012/2017

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN YAMAHA NMAX KELAPA GADING
JAKARTA UTARA**

AGUSTINA PRANATA 21120265

ABSTRACT

Influence of Brand Image, promotion, and price to customer loyalty Yamaha Nmax In North Jakarta Regional ivory palm / Supervisor: Prof. Dr. Husein Umar, SE., MBA., MM. Research Objectives It Is To Know Advances in Technology Who Invented by Yamaha. Removing the Latest Technology With The Launch In Dalam produk Nmax Yamaha, Yamaha Successfully Carried Who Invented The Latest Technology. New Technology Who Invented Yamaha is "Blue Core". The Newest Technology so favored by the Society. Yamaha Motor Indonesia Since Existing In the past, So Writers Interested Doing Research That Tangible Effect of Brand Image, Promotion and Price on Customer Loyalty In Area Kelapa Gading (North Jakarta). Theories Used To Support Research It Is And Its Definition Dimensions - Dimensions Of Brand Image, Promotion, Price and Customer Loyalty. Object Research is Yamaha Nmax. Research Using Questionnaires for Data Collection And Also For Withdrawal Using purposive sampling, Analysis Techniques Used In This research is Descriptive Analysis, Validity, Test The reliability, Ujiregresisederhana, Ujinormalitas. Analysis of Data Used in this study were analyzed by using SPSS software version 20. Output Produced SPSS software version 20 indicates that the sale and the price effect on customer loyalty. But Brand Image Output has no effect on customer loyalty.

Keyword :

Brand Image, Promotion, Price, Customer Loyalty

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

Fakultas Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jurusan Manajemen Pemasaran
Skripsi Sarjana Manajemen Pemasaran
Semester Ganjil Tahun 2012/2017

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN YAMAHA NMAX KELAPA GADING
JAKARTA UTARA**

AGUSTINA PRANATA 21120265

ABSTRAK

Agustina pranata / 21120265/ 2017 / Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan harga terhadap loyalitas pelanggan Yamaha NMAX Di Wilayah kelapa gading Jakarta Utara/ Pembimbing : Prof. Dr. Husein Umar, SE.,MBA.,MM.

Tujuan Penelitian Ini Adalah Untuk Mengetahui Kemajuan Teknologi Yang Diciptakan Oleh Yamaha. Dengan Mengeluarkan Teknologi Terbaru Yang Diluncurkan Di Dalamproduk Yamaha NMAX, Yamaha Berhasil Mengusung Teknologi Terbaru Yang Diciptakan. Teknologi Baru Yang Diciptakan Yamaha Adalah “Blue Core”. Sehingga Teknologi Yang Terbaru Digemari Oleh Masyarakat. Motor Yamaha Telah Ada Di Indonesia Sejak Dulu, Sehingga Penulis Tertarik Melakukan Penelitian Yang Berwujud Pengaruh Citra Merek ,Promosi Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Wilayah Kelapa Gading (Jakarta Utara).

Teori Yang Digunakan Untuk Mendukung Penelitian Ini Adalah Definisi Beserta Dimensi - Dimensi Dari Citra Merek, Promosi, Harga Dan Loyalitas Pelanggan. Objek Penelitian Adalah Yamaha NMAX. Penelitian Menggunakan Kuesioner Untuk Pengambilan Data Dan Juga Untuk Penarikan Menggunakan *Purposive Sampling*, Teknik Analisis Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini Adalah Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reabilitas, Ujiregresisederhana, Ujinnormalitas. Analisis Data Yang Digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dengan menggunakan *software* spss Versi 20.

Output Yang Dihasilkan *software* spss Versi 20 menunjukkan bahwa promosi dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Namun Output Citra Merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci :

Citra merek, Promosi, Harga, Loyalitas Pelanggan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KATA PENGANTAR

Terima Kasih Kepada Pribadi Yang Dahsyat Dan Luar Biasa Yaitu Yesus Kristus Atas Kekuatan Dan Penyertaan Yang Diberikan Kepada Peneliti Sehingga Dapat Menyelesaikan Skripsi Ini Dengan Baik. Skripsi Ini Disusun Dalam Rangka Memenuhi Syarat Kelulusan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Di Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti Menyadari Bahwa Skripsi Ini Tidak Dapat terselesaikan Dengan Baik Tanpa Bantuan Dan Dukungan Dari Berbagai Pihak Yang Telah Memberikan Kontribusi Kepada Peneliti. Oleh Karena Itu, Peneliti Ingin Menyampaikan Ucapan Terima Kasih Kepada Semua Pihak Yang Telah Membantu Dan Mendukung Peneliti Selama Proses Penelitian, Penulisan Dan Penyusunan Skripsi Ini. Secara Khusus Peneliti Ingin Menyampaikan Terima Kasih Yang Sebesar – Besarnya Kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai, memberkati, dan melindungi penulis dengan rahmat dan kasihNya yang tak terhingga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Orang tua yang selalu mendoakan dan mendukung peneliti setiap hari hingga penulis dapat menyelesaikan kripsi.
3. Bapa kProf. Dr. Husein Umar, SE.,MBA.,MM. Selaku dosen pembimbing peneliti yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mendukung, serta membantu penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
4. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu dan pengetahuan yang tiada ternilai kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan pendidikan strata satu ini.
5. Seluruh staff perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah menyediakan data serta informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dalam penelitian ini.
6. Leo Nardy selaku pacar yang selalu memberikan dukungan dan menemani saat pembuatan skripsi.
7. Cici penulis yang selalu memberikan bantuan dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
8. Felani, Listi, Yapto, Michelle, Andre, Jenny Kim, Agnesya, Angel, Grace, dan semua kerabat yang telah mendukung dan mendoakan.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

9. Semua pihak lain yang telah membantu peneliti dalam penulisan skripsi ini dan tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Akhir kata, peneliti mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 16 Februari 2017

Agustina Pranata

© Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

Halaman Judul Luar	i
Halaman Judul Dalam	ii
Pengesahan	iii
Abstrak	iv
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Tujuan Penelitian	8
1.4.2 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB 2 LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Citra Merk	11
2.2 Promosi	16
2.2.1 Definisi Promosi	16
2.2.2 Dimensi Promosi	16
2.3 Harga	19
2.3.1 Definisi Harga	19
2.3.2 Dimensi Harga	20
2.3.2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Dalam Penetapan Harga Menurut Kotler dan Armstrong (2012:291)	20
2.4 Loyalitas Konsumen	22

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2.4.1	Definisi Loyalitas	22
2.4.2	Dimensi Loyalitas	25
	Penelitian Terdahulu	26
2.5.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	26
2.5.2	Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	26
2.5.3	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	27
2.6	Kerangka Pemikiran	30
2.7	Hipotesis Penelitian	31
	BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1	Objek Penelitian	32
3.2	Metode Penelitian	32
3.3	Variabel Penelitian	32
3.3.1	Variabel Dependent	32
3.3.2	Variabel Independent	34
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	36
3.4.1	Penentuan Populasi	36
3.4.2	Sampling	37
3.5	Teknik Pengumpulan Data, Jenis dan Sumber Data	38
3.5.1	Data Premier	38
3.5.2	Data Sekunder	39
3.5.3	Jenis dan Sumber Data	39
3.6	Metode Pengumpulan Data	40
3.6.1	Kuesioner	40
3.7	Teknik Analisis Data	40
3.7.1	Uji Validitas	40
3.7.2	Uji Reabilitas	41
3.8	Analisis Deskriptif	42
3.8.1	Presentase	42
3.8.2	Rata – Rata Hitung (<i>Mean</i>)	43
3.9	Analisis Pengaruh – Pengaruh	43
3.9.1	Uji Korelasi Berganda	43
3.9.2	Uji Anova (Uji F)	44
3.9.3	Uji Regresi Linear Berganda	45

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

BAB 4 HASIL ANALISI DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
4.2 Analisa Kuesioner	48
4.2.1 Analisis Uji Validitas	48
4.2.2 Analisis Uji Realibilitas	50
4.2.3 Analisis Deskriptif	51
4.3.2.1 Responden	51
4.2.4 Jenis Kelamin	51
4.2.5 Tingkat Usia	52
4.2.6 Latar Belakang Pendidikan	52
4.2.7 Lama Mengenal Produk Yamaha	53
4.2.8 Ketertarikan Menggunakan Produk Yamaha	53
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen	54
4.3.1 Pembelian Secara Berulang	54
4.3.2 Pembelian Antar Lini Produk	55
4.3.3 Mereferensikan Kepada Orang Lain	55
4.3.4 Menunjukkan Kekebalan Terhadap Tarikan Pesaing	56
4.4 Analisis Deskriptif Variabel Promosi	57
4.4.1 Periklanan	57
4.4.2 Promosi Penjualan	58
4.4.3 Penjualan Perorangan	59
4.4.4 Hubungan Masyarakat	60
4.4.5 Pemasaran Langsung	61
4.4.6 Citra Merek	62
4.4.7 Harga	65
4.5 Variabel Rata – Rata	68
4.5.1 Variabel Loyalitas	68
4.5.2 Variabel Citra Merek	69
4.5.3 Variabel Promosi	69
4.5.4 Variabel Harga	69
4.6 Analisis Deskriptif	70
4.6.1 Uji Korelasi Berganda	70
4.6.2 Uji Anova (Uji Kecocokan Model)	71
4.6.3 Coefficient	73

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4.6.4	Uji Normalitas	75
	Pembahasan	76
4.7.1	Loyalitas	76
4.7.2	Promosi	77
4.7.3	Harga	77
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		81
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		81
LAMPIRAN		L1
SURAT SURVEI		

4.7 Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

<p>© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<p>Tabel 1.1 Proses Pembagian Kuesioner 3</p> <p>Tabel 1.2 Menunjukkan Market Share Dari Pasar Sepeda Motor Di Indonesia Tahun 2015 6</p> <p>Tabel 2.1 Loyalitas 23</p> <p>Tabel 2.2 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan 28</p> <p>Tabel 3.1 Variabel Loyalitas Pelanggan 33</p> <p>Tabel 3.2 Variabel Citra Merek (<i>Brand Image</i>) 34</p> <p>Tabel 3.3 Variabel Promosi (<i>Promotion</i>) 35</p> <p>Tabel 3.4 Variabel Harga (<i>Price</i>) 36</p> <p>Tabel 3.5 Pengukuran Variabel 40</p> <p>Tabel 4.1 Hasil Pengujian Lini 1 Validitas Loyalitas Konsumen, Citra Merek, Promosi Dan Harga 48</p> <p>Tabel 4.2 Hasil Pengujian Lini 2 Validitas Loyalitas Konsumen, Citra Merek, Promosi Dan Harga 49</p> <p>Tabel 4.3 Hasil Pengujian Reliabilitas dengan metode cronbach's Alpha 50</p> <p>Tabel 4.4 Persentase Jenis Kelamin Responden 51</p> <p>Tabel 4.5 Presentase Tingkat Usia Responden 52</p> <p>Tabel 4.6 Presentase Latar Belakang Pendidikan Respoden 52</p> <p>Tabel 4.7 Presentase Lama Mengenal Produk Yamaha NMAX 53</p> <p>Tabel 4.8 Persentase Tertarik Menggunakan Motor Yamaha NMAX 53</p> <p>Tabel 4.9 Pembelian Secara Berulang 54</p> <p>Tabel 4.10 Pembelian Antar Lini Produk 55</p> <p>Tabel 4.11 Memberi Informasi 55</p> <p>Tabel 4.12 Memberi Rekomendasi 56</p> <p>Tabel 4.13 Pertama Memilih Motor 56</p> <p>Tabel 4.14 Merupakan Motor Terbaik 57</p> <p>Tabel 4.15 Iklan Yang Menarik 57</p> <p>Tabel 4.16 Iklan Yang Sering Ditampilkan 58</p> <p>Tabel 4.17 Brosur yang sering diterima 58</p> <p>Tabel 4.18 Promosi Yang Menarik 59</p> <p>Tabel 4.19 Marketing yang Profesional 59</p>
---	--

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 4.20	Kejujuran Marketing	60
Tabel 4.21	Menjaga Hubungan Baik	60
Tabel 4.22	Memberikan Infotmasi	61
Tabel 4.23	Website Mudah Ditemukan	61
Tabel 4.24	Marketing Memiliki Attitude Baik	62
Tabel 4.25	Teknologi Yang Unggul	62
Tabel 4.26	Design yang Menarik	63
Tabel 4.27	Memberikan kenyamanan dan keamanan	63
Tabel 4.28	Mudah Mencari Suku Cadang	64
Tabel 4.29	Merek Yang Memenuhi Kebutuhan Konsumen	64
Tabel 4.30	Ciri Khas di Setiap Produk	65
Tabel 4.31	Daftar Harga Jelas	65
Tabel 4.32	Informasi Harga Lengkap	66
Tabel 4.33	Waktu Pembayaran Mudah di Atur	66
Tabel 4.34	Angsuran yang dibayarkan sama	67
Tabel 4.35	Proses yang Cepat	67
Tabel 4.36	Syarat Kredit Mudah	68
Tabel 4.37	Nilai Rata – rata indikator variable Loyalitas Konsumen	68
Tabel 4.38	Nilai Rata – rata indikator variable Citra Merek	69
Tabel 4.39	Nilai Rata – rata indikator variable Promosi	69
Tabel 4.40	Nilai Rata – rata indikator variable Harga	69
Tabel 4.41	Merupakan hasil output computer dengan menggunakan SPSS 20 ..	70
Tabel 4.42	Uji Anova	72
Tabel 4.43	Coefficients	74
Tabel 4.44	Uji Normalitas	75

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

C Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	30
	Gambar 3.1 Skala <i>Likert</i>	38
	Gambar 4.1 Produk Objek Penelitian	46

C Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	L1
Lampiran 2 Citra Merek, Promosi dan Harga mempengaruhi Loyalitas Konsumen	L3
Lampiran 3 Lampiran SPSS	L7

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.