

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak.....	xvi
Abstact.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	12
F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Masalah	13
G. Penegasan Istilah.....	14
H. Sistematika Penulisan Skripsi	16

BAB II	LANDASAN TEORI	
	A. Kerangka Teori	
	1. Gaya Hidup	19
	2. Brand Image (Citra Merek).....	27
	3. Promosi	31
	4. Loyalitas Konsumen	35
	B. Hubungan Antar Variabel.....	37
	C. Kajian Penelitian Terdahulu	40
	D. Kerangka Konseptual.....	50
	E. Hipotesis Penelitian	50
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	52
	B. Populasi, Sampling, Sampel Penelitian	53
	C. Skala Pengukuran	57
	D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen	
	Penelitian	57
	E. Analisis Data.....	63
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
	A. Deskripsi Data	
	1. Analisis Deskriptif Data.....	68
	2. Analisis Deskriptif Variabel	70
	B. Pengujian Instrumen Data	
	1. Uji Validitas.....	85
	2. Uji Reliabilitas	88

BAB V	PEMBAHASAN	
A.	Pengaruh Signifikan Antara Gaya Hidup terhadap Loyalitas Konsumen di Kedai Kopi Orderan Kota Tulungagung	103
B.	Pengaruh Signifikan antara <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Konsumen di Kedai Kopi Orderan Kota Tulungagung	105
C.	Pengaruh Signifikan antara Promosi terhadap Loyalitas Konsumen di Kedai Kopi Orderan Kota Tulungagung	108
D.	Pengaruh Signifikan antara Gaya Hidup, <i>Brand Image</i> dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen di Kedai Kopi Orderan Kota Tulungagung	110
BAB VI	PENUTUP	
A.	Kesimpulan	113
B.	Saran	114
	DAFTAR PUSTAKA	115
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
3.1 Instrumen Penelitian.....	59
4.1 Jenis Kelamin Responden	69
4.2 Pelanggan yang Setia Berkunjung di Kedai Kopi Orderan Kota Tulungagung.....	70
4.3 Hasil Rekapitulasi Variabel Gaya Hidup (X1).....	71
4.4 Hasil Rekapitulasi Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	74
4.5 Hasil Rekapituasi Variabel Promosi (X3).....	78
4.6 Hasil Rekapitulasi Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	82
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X1)	86
4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	86
4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3).....	87
4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	87
4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup (X1)	88
4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	89
4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3).....	89
4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	90
4.15 Uji Multikolinearitas	91
4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	92
4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	94
4.18 Hasil Uji F.....	95
4.19 Hasil Uji T	96

4.20	Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	100
4.21	Hasil Uji Heterosedastisitas Glejser	101
4.22	Hasil Uji Autokorelasi.....	102

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Hal
2.1 Skema Kerangka Koseptual	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	: Hasil SPSS
Lampiran 3	: Surat Ijin Penelitian
Lampiran 4	: Surat Kendali Bimbingan
Lampiran 5	: Pernyataan Keaslian Tulisan
Lampiran 6	: Biodata