

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Penegasan Istilah.....	12
F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian	14
G. Sistematika Pembahasan	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
A. Kerangka Teori	18
1. <i>Grand Theory</i>	18
2. Loyalitas Pelanggan	19
3. <i>Brand Image</i>	23
4. Strategi Promosi.....	28
B. Hubungan Antar Variabel.....	33
C. Kajian Penelitian Terdahulu	35

D.	Kerangka Konseptual	42
E.	Hipotesis Penelitian	42
BAB III	METODE PENELITIAN	44
A.	Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian	44
B.	Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	45
C.	Sumber Data dan Variabel Penelitian	47
D.	Skala Pengukuran.....	49
E.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	50
F.	Teknik Analisis Data	55
G.	Alat Uji Statistik.....	62
BAB IV	HASIL PENELITIAN	64
A.	Deskripsi Lokasi Penelitian	64
B.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	66
C.	Hasil Analisis Data.....	68
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	82
A.	Hasil dan Pembahasan Penelitian	82
1.	Pengaruh Brand Image Dan Strategi Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Angkringan IKI Tulungagung	82
2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan pada Angkringan IKI Tulungagung	84
3.	Pengaruh Strategi Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Angkringan IKI Tulungagung	87
BAB VI	PENUTUP	90
A.	Kesimpulan	90
B.	Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		96