

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSEMBAHAN	
ABSTRAKSI	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang	I-1
1.2 Perumusan Masalah	I-2
1.3 Tujuan Penelitian	I-2
1.4 Manfaat Penelitian	I-2
1.5 Batasan Masalah	I-2
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Pofil Perusahaan Honda	II-1
2.2. Definisi Merek	II-1
2.3 Perilaku Konsumen dan Kepuasan	II-2
2.4 Brand Loyalty	II-2
2.5 Tingkatan Brand Loyalty	II-3
2.6 Teori Penarikan Ukuran Sampel	II-4
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Model Konseptual	III-1
3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	III-2
3.3 Perumusan Masalah Penelitian	III-3
3.4 Tujuan Penelitian	III-3
3.5 Studi Literatur	III-3
3.6 Identifikasi Variabel Penelitian	III-3
3.6.1 Identifikasi variabel karakteristik umum responden	III-3
3.6.2 Identifikasi variabel segmentasi loyalitas	III-4
3.6.3 Identifikasi variabel loyalitas penelitian	III-4
3.7 Kuesioner Penelitian	III-7
3.8 Pengumpulan Data	III-8
3.9 Pengolahan Data	III-8
3.9.1 Pengujian validitas Kuesioner	III-8
3.9.2 Pengujian Reliabilitas Kuesioner	III-8
3.9.3 Pengujian persepsi dua segmen diantara 21 variabel loyalitas dengan Metode Cross Tab ( Uji Independensi )	III-9
3.9.4 Tingkat Asosiasi	III-10
3.10 Analisis	III-10
3.11 Kesimpulan dan Saran	III-10

## **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

4.1	Pengumpulan Data	IV-1
4.1.1	Data Sekunder	IV-1
4.1.2	Data Primer	IV-1
4.2	Pengolahan Data	IV-2
4.2.1	Gambaran Umum Responden Yang Didapat	IV-2
4.2.2	Pengujian Validitas Kuesioner	IV-5
4.2.3	Pengujian Reliabilitas Kuesioner	IV-5
4.2.4	Perhitungan Uji Tabulasi Silang	IV-5
4.2.5	Perhitungan Tingkat Loyalitas Responden Honda	IV-7

## **BAB V ANALISA HASIL PENGOLAHAN DATA**

5.1	Karakteristik Umum Responden	V-1
5.2	Tingkat Loyalitas Responden	V-1
5.3	Perancangan Kuesioner	V-2
5.4	Hasil Uji Validitas Kuesioner	V-2
5.5	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	V-3
5.6	Hasil Uji Tabulasi Silang	V-4
5.6.1	Variabel-variabel Pendorong Loyalitas	V-4
5.6.2	Variabel-variabel Non-Stimulant Loyalitas	V-13
5.6.3	Variabel-variabel dari hasil riset PT Astra Honda Motor (AHM)	V-15
5.7	Program-program yang sudah dilakukan PT Astra Honda Motor (AHM) untuk meningkatkan loyalitas dan penjualan sepeda motor Honda	V-16
5.8	Analisis usulan program-program yang dapat dilakukan untuk meningkatkan loyalitas dan penjualan sepeda motor Honda	V-17
5.9	Perbandingan Hasil Kuesioner dengan Riset yang dilakukan PT AHM	V-19

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1	Kesimpulan	VI-1
6.1.1	Hasil Perhitungan Tingkat Loyalitas Responden Honda	VI-1
6.1.2	Variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas merek sepeda motor Honda	VI-1
6.1.3	Program-program yang dapat dilakukan PT Astra Honda Motor untuk meningkatkan penjualan dan loyalitas merek sepeda motor Honda	VI-2
6.2	Saran	VI-3
6.2.1	Bagi Perusahaan	VI-3
6.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya	VI-3

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**