

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	I
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	II
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	III
RIWAYAT HIDUP .....	IV
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	V
ABSTRAK .....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL .....	XV
DAFTAR GAMBAR.....	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	8
1. Identifikasi Masalah .....	8
2. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Penelitian Terdahulu .....	11
B. Konsep dan Teori.....	15
1. Manajemen .....	15

2. Manajemen Pemasaran .....	19
3. <i>Branding</i> .....	20
4. Kualitas Produk .....	24
5. Loyalitas Konsumen .....	27
C. Kerangka Berpikir .....	28
1. Pengaruh <i>Branding</i> Terhadap Loyalitas Konsumen .....	28
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen .....	29
3. Pengaruh <i>Branding</i> dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen .....	30
D. Hipotesis.....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Metode Penelitian.....	33
B. Populasi dan Sampel.....	34
1. Populasi.....	34
2. Sampel.....	35
C. Jenis Data.....	37
1. Data Primer .....	38
2. Data Sekunder .....	38
D. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel .....	38
1. Variabel Penelitian.....	38
2. Operasionalisasi Variabel .....	40
E. Teknik Pengumpulan Data .....	43
1. Studi Kepustakaan.....	43
2. Studi Lapangan .....	44
F. Analisis Data.....	46

1. Analisis Data Deskriptif .....	46
2. Uji Instrumen .....	47
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	49
4. Uji Korelasi .....	50
5. Uji Hipotesis .....	50
6. Koefisien Determinasi .....	52
G. Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	52
1. Lokasi Penelitian .....	52
2. Jadwal Penelitian .....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
A. Hasil Penelitian .....	54
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	54
2. Deskripsi Data .....	57
3. Deskripsi Hasil Penelitian .....	67
B. Analisis Data .....	76
1. Uji Validitas .....	77
2. Uji Reliabilitas .....	79
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	82
4. Uji Korelasi .....	84
5. Uji Hipotesis .....	87
6. Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	95
C. Pembahasan Penelitian .....	97
1. Pengaruh <i>Branding</i> ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Air Minum Dalam Kemasan Le Minerale (Studi pada Konsumen Le Minerale di Kecamatan Cibiru) .....	97

2. Pengaruh Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Air Minum Dalam Kemasan Le Minerale (Studi pada Konsumen Le Minerale di Kecamatan Cibiru) .....	100
3. Pengaruh <i>Branding</i> (x1) Kualitas Produk (x2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Air Minum Dalam Kemasan Le Minerale (Studi pada Konsumen Le Minerale di Kecamatan Cibiru).....	104
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	109
A. Kesimpulan.....	109
B. Saran .....	110
1. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	110
2. Bagi Perusahaan.....	110
3. Bagi Konsumen .....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	112
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	118
<b>Lampiran 1: SK Skripsi dan Formulir Bimbingan Skripsi</b> .....	118
A. SK Skripsi.....	118
B. Formulir Bimbingan Skripsi.....	119
<b>Lampiran 2: Survei Awal Penelitian</b> .....	120
<b>Lampiran 3: Hasil Jawaban Survei Awal Penelitian</b> .....	121
<b>Lampiran 4: Kuesioner Penelitian</b> .....	122
<b>Lampiran 5: Hasil Jawaban Kuesioner Penelitian</b> .....	126
1. Variabel <i>Branding</i> (X <sub>1</sub> ) .....	126
2. Variabel Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ) .....	130
3. Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	134
<b>Lampiran 6: Distribusi r<sub>tabel</sub>, t<sub>tabel</sub>, f<sub>tabel</sub></b> .....	138
A. Distribusi Nilai r <sub>tabel</sub> .....	138

<b>B. Distribusi Nilai <math>t_{tabel}</math>.....</b>	<b>139</b>
<b>C. Distribusi Nilai <math>F_{tabel}</math> .....</b>	<b>140</b>
<b>Lampiran 7: Hasil Uji SPSS Tiap Analisis .....</b>	<b>143</b>
<b>A. Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>143</b>
<b>B. Uji Reliabilitas .....</b>	<b>149</b>
<b>C. Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Uji t (Parsial).....</b>	<b>151</b>
<b>D. Hasil Uji Korelasi Parsial .....</b>	<b>151</b>
<b>E. Hasil Uji Korelasi Berganda .....</b>	<b>152</b>
<b>F. Hasil Uji f (Simultan).....</b>	<b>152</b>
<b>G. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....</b>	<b>152</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Survei awal Penelitian.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3. 1 Jumlah Penduduk di Kecamatan Cibiru Tahun 2022.....	35
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	40
Tabel 3. 3 Kriteria Interpretasi Koefisien Reliabilitas .....	48
Tabel 3. 4 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi ....	50
Tabel 3. 5 Rancangan Jadwal Penelitian .....	53
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia .....	58
Tabel 4. 2 Interval Kelas dalam Deskripsi Hasil Penelitian.....	67
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Branding</i> (X1) .....	68
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X2).....	71
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen (Y) .....	75
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas <i>Branding</i> (X1) .....	77
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2) .....	78
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y).....	79
Tabel 4. 9 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi ....	86
Tabel 4. 10 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi.....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan Merek Air Minum Paling Laris di E-Commerce .....	2
Gambar 1. 2 Sumber Air Minum Rumah Tangga di Indonesia (2022) .....	5
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian .....	31
Gambar 4. 1 Logo PT. Tirta Freshindo Jaya .....	55
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Mayora Indah Tbk.....	56
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Tempat Kediaman .....	61
Gambar 4. 5 Responden Berdasarkan Profesi .....	62
Gambar 4. 6 Responden Berdasarkan Air Yang Dipakai Untuk Konsumsi Sehari-hari .....	63
Gambar 4. 7 Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian Produk Le Minerale .....	65
Gambar 4. 8 Responden Berdasarkan Cara Mengenal Produk.....	66
Gambar 4. 9 Garis Kontinum Variabel <i>Branding</i> (X1) .....	71
Gambar 4. 10 Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk (X2) .....	74
Gambar 4. 11 Garis Kontinum Variabel Loyalitas Konsumen (Y) .....	76
Gambar 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Branding</i> (X1) .....	80
Gambar 4. 13 Hasil Uji Variabel Kualitas Produk (X2) .....	81
Gambar 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	81
Gambar 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi linier Berganda.....	83
Gambar 4. 16 Hasil Uji Korelasi Parsial.....	85
Gambar 4. 17 Hasil Uji Korelasi Berganda .....	87
Gambar 4. 18 Hasil Uji Statistik t (Uji Parsial) .....	88
Gambar 4. 19 Hasil Uji Statistik f (Uji Simultan) .....	93
Gambar 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	96