

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>PENGESAHAN</b>	
<b>PERNYATAAN</b>	
<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Balakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian.....	10
1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 Pengertian Merk ( <i>Brand</i> ).....	12
2.1.1.1 Tingkatan Merek.....	13
2.1.1.2 Berbagai Persepsi Tentang Merek.....	14
2.1.1.3 Keputusan Strategi Merek ( <i>Brand Strategy Decesion</i> ).....	16
2.1.1.4 Pengertian Citra.....	18

2.1.1.5 Pengertian Citra Merek .....	19
2.1.1.6 Tujuan Citra Merek .....	20
2.1.1.7 Indikator Citra Merek .....	21
2.1.2 Kualitas Pelayanan .....	23
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	24
2.1.2.3 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan .....	27
2.1.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan .....	29
2.1.3 Kepuasan Konsumen .....	30
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	30
2.1.3.2 Metode Mengukur Kepuasan Konsumen .....	34
2.1.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	35
2.1.3.4 Indikator Kepuasan Konsumen.....	37
2.1.4 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan .....	37
2.2 Penelitian Terdahulu .....	39
2.3 Kerangka Pemikiran .....	43
2.4 Hipotesis .....	46

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian .....	47
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	47
3.1.2 Struktur Organisasi.....	50
3.2. Metode Penelitian.....	52
3.2.1 Operasionalisasi Variabel .....	52
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.2.2.1 Jenis Data .....	55
3.2.2.2 Prosedur Pengumpulan Data .....	56
3.2.2.3 Populasi dan Sampel .....	57
3.3 Model/ Paradigma Penelitian .....	58
3.4 Alat Analisis .....	59

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 HASIL PENELITIAN.....	66
4.1.1 Citra Merek Pada Rumah Makan Imah Mang Asep Tasikmalaya.....	66
4.1.2 Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan Imah Mang Asep Tasikmalaya.....	73
4.1.3 Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Imah Mang Asep Tasikmalaya.....	81
4.2 PEMBAHASAN.....	94
4.2.1 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Imah Mang Asep Tasikmalaya.....	87
4.2.2 Pengujian Hipotesis .....	90

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan.....	94
5.2 Saran.....	95

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
-----------------------------	-----------

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>.....</b>	<b>Halaman</b>
2.3	Penelitian Terdahulu.....	39
3.1	Operasionalisasi Variabel .....	52
3.2	Skala Likert Alternatif Jawaban, Skor Positif dan Skor Negatif .....	59
3.3	Formula untuk mencari pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel penelitian .....	63
4.1	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel ( $X_1$ ).....	69
4.2	Citra Merek .....	69
4.3	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel ( $X_2$ ).....	77
4.4	Kualitas Pelayanan .....	77
4.5	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel (Y) .....	82
4.6	Kepuasan Konsumen.....	83
4.7	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung.....	88

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar .....</b>	<b>Halaman</b>
3.2 Paradigma Penelitian .....	59
4.4 Hubungan Sktruktural antara Variabel $X_1$ dan $X_2$ Terhadap Y .....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran .....</b>	<b>Halaman</b>
1. Kuesioner .....	103
2. Tanggapan Responden.....	106
3. Data Ordinal Variabel Citra Merek ( $X_1$ ) .....	112
4. Data Ordinal Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	114
5. Data Ordinal Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	116
6. Data Interval Variabel Citra Merek ( $X_1$ ).....	118
7. Data Interval Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	120
8. Data Interval Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	122
9. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .....	124
10. Hasil Analisis Korelasi Variabel ( $X_1$ ), ( $X_2$ ) dan (Y).....	130
11. Hasil Analisis Persamaan Regresi Berganda.....	128