

ABSTRAK

Manajemen pemasaran memiliki kedudukan yang penting dalam menjalankan dan mengembangkan suatu perusahaan. Persaingan antar perusahaan dalam memasarkan produk tidak dapat dihindari dan harus dihadapi dengan strategi pemasaran yang tepat sehingga akan memberikan dampak positif bagi perusahaan.

Salah satu strategi pemasaran yang baik adalah dengan membangun kepuasan pelanggan terhadap suatu produk dan pada akhirnya jika konsumen puas, maka konsumen tersebut akan loyal terhadap suatu produk.

Distro “Greenlight” merupakan salah satu distro di Kota Bandung. Distro “Greenlight” bukan hanya bersaing sesama distro saja tetapi dengan pakaian dari luar negeri karena dunia fashion itu sangat luas. Oleh karenanya kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sangat diperlukan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap suatu merek dapat diukur dari beberapa faktor, yaitu *brand name*, *service quality*, *price*, *promotion*, *product quality*, *store environment*, dan *style*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis yang menggambarkan keadaan perusahaan. Data yang dikumpulkan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Sedangkan data sekunder diambil dari data sejarah dan keadaan perusahaan. Penelitian ini menggunakan uji statistik non parametrik, analisis regresi linier dan melakukan uji hipotesis untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *Brand loyalty*.

Kesimpulannya bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap *brand loyalty* konsumen sebesar 42,7 %.

DAFTAR ISI

Abstrak.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	VIII
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Pemikiran.....	7
1.6 Perumusan Hipotesa.....	13
Bab II Kajian Pustaka	
2.1 Pengertian pemasaran.....	12
2.2 Konsep Kepuasan.....	12
2.2.1 Model Kepuasan.....	14
2.2.2 Tekhnik Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2.3 Strategi Kepuasan Pelanggan.....	19
2.2.4 Strategi Pembentukan Rintangan Pengalihan.....	20
2.2.5 Strategi Kepuasan Pelanggan.....	21

2.2.6	Ekuitas Pelanggan.....	27
2.3	Konsep Merek	28
2.3.1	Divergensi Merek.....	30
2.4	<i>Brand Loyalty</i>.....	34
2.4.1	Faktor dalam <i>Brand Loyalty</i>	36
2.4.2	Tingkatan Dalam <i>Brand Loyalty</i>	38
2.5	Mengukur <i>Brand Loyalty</i>.....	40
2.5.1	Pengukuran-Pengukuran Perilaku.....	40
2.5.2	Biaya-biaya Peralihan.....	41
2.6	Mengukur Kepuasan.....	41
2.6.1	Rasa Suka Terhadap Merek.....	42
2.6.2	Nilai Strategis Dari Loyalitas Merek.....	43
2.7	Memelihara dan Memperkuat Loyalitas.....	45
2.8	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap <i>Brand Loyalty</i>...	47
Bab III	Metode Penelitian	
3.1	Objek Penelitian.....	49
3.1.1	Sejarah singkat perusahaan.....	49
3.1.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	50
3.2	Metodologi Penelitian.....	53
3.2.1	Metode Pengumpulan Data.....	54
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	56

3.4.1	Tabel Operasionalisasi Variabel.....	57
3.5	Analisis Regresi.....	58
3.5	Populasi dan Sampel.....	59
3.6	Metode Pengambilan Sampel.....	59
Bab IV	Hasil Penelitian dan Pembahasan	
4.1	Deskripsi Pembahasan.....	59
4.1.1	Analisis Profil Responden.....	59
4.1.2	Analisis Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
4.1.3	Analisis Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Loyalty</i>	80
4.2	Uji Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap <i>Brand Loyalty</i>	97
4.2.1	Hasil KMO, Uji Validitas dan Reliabilitas.....	97
Bab V	Kesimpulan dan Saran	
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Saran.....	101
	Daftar Pustaka.....	xiii
	Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.1.A Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1.1.B Data Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.1.1.C Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.1.1.D Pengalaman Responden Dalam menggunakan Produk “Greenlight”

Tabel 4.1.2.A1 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap *Brand Name*

Tabel 4.1.2.A2 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap *Brand Name*

Tabel 4.1.2.A3 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap *Brand Name*

Tabel 4.1.2.A4 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap *Brand Name*

Tabel 4.1.2.B1 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap *Product Quality*

Tabel 4.1.2.B2 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap *Product Quality*

Tabel 4.1.2.B3 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap *Product Quality*

Tabel 4.1.2.B4 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap *Product Quality*

Tabel 4.1.2.B5 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap *Product Quality*

Tabel 4.1.2.C1 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap Harga

Tabel 4.1.2.D1 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap *Style*

Tabel 4.1.2.D2 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap *Style*

Tabel 4.1.2.D3 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap *Style*

Tabel 4.1.2.E1 Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap *Store*

Environment

Tabel 4.1.2.E2	Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap <i>Store Environment</i>
Tabel 4.1.2.E3	Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap <i>Store Environment</i>
Tabel 4.1.2.E4	Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap <i>Store Environment</i>
Tabel 4.1.2.F1	Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap <i>Promotion</i>
Tabel 4.1.2.F2	Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap <i>Promotion</i>
Tabel 4.1.2.F3	Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap <i>Promotion</i>
Tabel 4.1.2.G1	Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap <i>Service Quality</i>
Tabel 4.1.2.G2	Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap <i>Service Quality</i>
Tabel 4.1.2.G3	Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap <i>Service Quality</i>
Tabel 4.1.2.G4	Jawaban Responden Mengenai Kepuasan terhadap <i>Service Quality</i>
Tabel 4.1.2.A1	Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap <i>Brand Name</i>
Tabel 4.1.2.A2	Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap <i>Brand Name</i>
Tabel 4.1.2.A3	Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap <i>Brand Name</i>
Tabel 4.1.2.A4	Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap <i>Brand Name</i>
Tabel 4.1.2.B1	Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap <i>Product Quality</i>
Tabel 4.1.2.B2	Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap <i>Product Quality</i>
Tabel 4.1.2.B3	Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap <i>Product Quality</i>
Tabel 4.1.2.B4	Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap <i>Product Quality</i>
Tabel 4.1.2.B5	Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap <i>Product Quality</i>

- Tabel 4.1.2.C1 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap Harga
- Tabel 4.1.2.D1 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap *Style*
- Tabel 4.1.2.D2 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap *Style*
- Tabel 4.1.2.D3 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap *Style*
- Tabel 4.1.2.E1 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap *Store Environment*
- Tabel 4.1.2.E2 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap *Store Environment*
- Tabel 4.1.2.E3 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap *Store Environment*
- Tabel 4.1.2.E4 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap *Store Environment*
- Tabel 4.1.2.F1 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap *Promotion*
- Tabel 4.1.2.F2 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap *Promotion*
- Tabel 4.1.2.F3 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap *Promotion*
- Tabel 4.1.2.G1 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap *Service Quality*
- Tabel 4.1.2.G2 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap *Service Quality*
- Tabel 4.1.2.G3 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap *Service Quality*
- Tabel 4.1.2.G4 Jawaban Responden Mengenai Loyalitas terhadap *Service Quality*