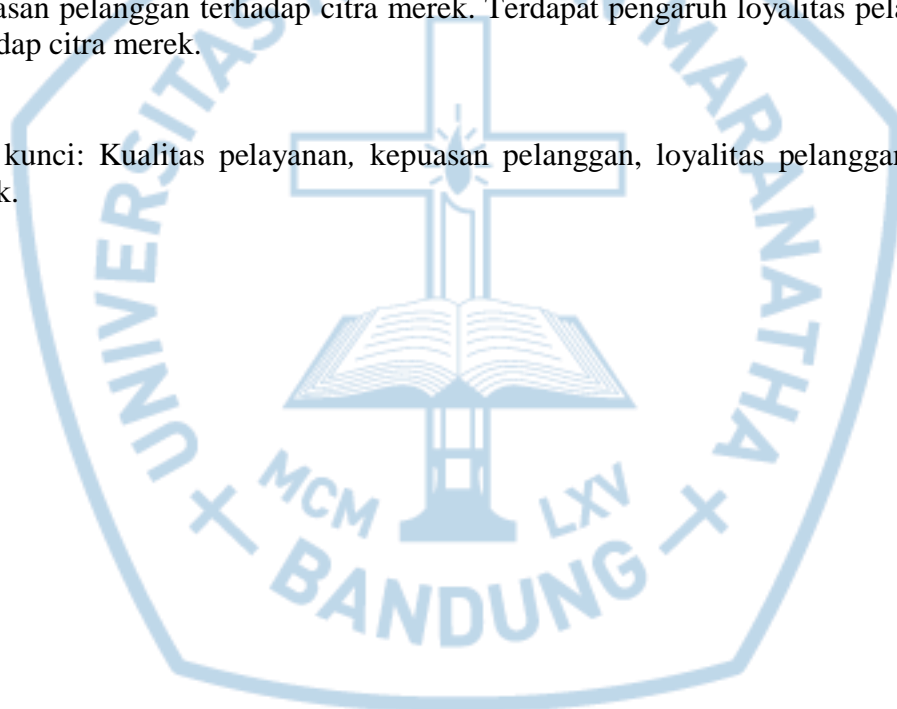


## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap citra merek, dan pengaruh loyalitas pelanggan terhadap citra merek di J&T Express Cabang Surya Sumantri kota Bandung. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa pengiriman barang J&T Express Bandung lebih dari dua kali. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel sebanyak 85 Responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra merek. Terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap citra merek. Terdapat pengaruh loyalitas pelanggan terhadap citra merek.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, citra merek.



## **ABSTRACT**

*This study aims to identify the effect of service quality on customer satisfaction, the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty, the effect of service quality and customer satisfaction on brand image, and the effect of customer loyalty on brand image at J & T Express Surya Sumantri Branch in Bandung city. The population in this study are customers who have used J & T Express Bandung services more than twice. Determination method of samples using Slovin formula and obtained sample of 85 respondents. The data collection technique used is a questionnaire. Data analysis techniques using multiple linear regression with SPSS program. Based on the results of study, it can be concluded that there is an effect of service quality on customer satisfaction. There is an effect of service quality on customer loyalty. There is an effect of customer satisfaction on customer loyalty. There is an effect of service quality on brand image. There is an effect of customer satisfaction on brand image. There is an effect of customer loyalty on brand image.*

*Keywords: Service quality, customer satisfaction, customer loyalty, brand image*



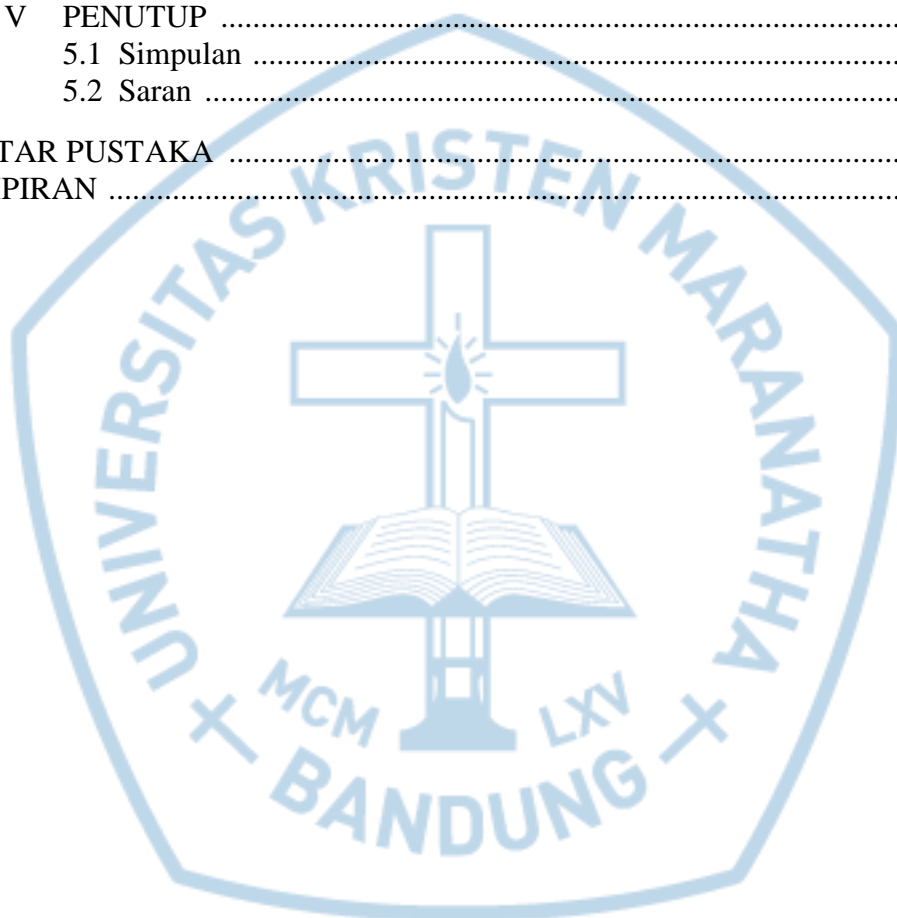
## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL (Bahasa Indonesia) .....	i
HALAMAN JUDUL (Bahasa Inggris) .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
SURAT KETERANGAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Batasan Penelitian .....	9
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
2.1 Kajian Pustaka .....	11
2.2 Pemasaran.....	11
2.2.1 Pengertian Pemasaran dan Pentingnya .....	11
2.2.1.1 Pentingnya Manajemen Pemasaran .....	11
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.3 Strategi Pemasaran .....	13
2.2.4 Bauran Pemasaran .....	14
2.2.4.1 Pengertian Bauran Pemasaran dan Pentingnya ..	14
2.2.4.2 Variabel-Variabel Bauran Pemasaran.....	16
2.3 Jasa.....	19
2.3.1 Pengertian Jasa .....	19
2.3.2 Kategori Bauran Jasa.....	20
2.3.3 Karakteristik Jasa.....	21
2.3.3.1 Tingkatan Jasa.....	22
2.3.4 Strategi Pemasaran Menurut Perusahaan Jasa.....	24
2.3.4.1 Experiential Marketing dan Emotional Brand ...	24
2.3.5 Pemasaran Holistik Untuk Jasa .....	27
2.3.6 Diferensiasi Jasa .....	29
2.3.7 Mengelola Jasa Pendukung .....	31
2.3.7.1 Mengidentifikasi dan Memuaskan Kebutuhan Pelanggan.....	31
2.3.7.2 Strategi Purnajual Jasa .....	32
2.3.8 Dimensi Kualitas Jasa.....	33
2.3.8.1 Pengertian Kualitas Jasa.....	33

2.3.8.2	Mengelola Kualitas Jasa.....	35
2.3.8.3	Faktor-faktor Yang Menentukan Kualitas Jasa..	37
2.3.8.4	Harapan Pelanggan .....	39
2.3.8.5	Praktik Terbaik Manajemen Kualitas Jasa.....	40
2.3.8.6	Peran Harapan Dalam Persepsi Kualitas Jasa ....	42
2.3.8.7	Menilai Kualitas Jasa Online (E- Service).....	42
2.3.8.8	Hierarki Produk Jasa .....	42
2.4	Kepuasan Pelanggan.....	44
2.4.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	44
2.4.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	44
2.4.3	Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	45
2.4.4	Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	46
2.4.5	Tipe-Tipe Kepuasan Pelanggan.....	48
2.4.6	Variabel Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	49
2.4.7	Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	50
2.5	Loyalitas Pelanggan.....	51
2.5.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	51
2.5.2	Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	52
2.4.3	Faktor Loyalitas Pelanggan .....	53
2.5.4	Dimensi Loyalitas pelanggan .....	56
2.5.5	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	57
2.5.6	Pengukuran Loyalitas Pelanggan .....	58
2.5.7	Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perilaku dan Sikap ...	59
2.5.7.1	Berdasarkan Perilaku .....	59
2.5.7.2	Berdasarkan Sikap.....	60
2.6	Merek (Brand) .....	61
2.6.1	Pengertian Merek Dan Manfaatnya.....	61
2.6.2	Karakteristik Merek.....	64
2.6.3	Strategi Merek .....	66
2.6.4	Citra Merek dan Pengertiannya .....	67
2.6.4.1	Citra.....	67
2.6.4.2	Jenis Citra.....	68
2.6.4.3	Dimensi Citra Merek.....	69
2.6.4.4	Faktor-Faktor Yang Membentuk Citra Merek ...	71
2.6.4.5	Indikator Citra Merek.....	72
2.6.4.6	Komponen Citra Merek .....	73
2.6.4.7	Tujuan Penggunaan Citra Merek .....	74
2.6.4.8	Strategi Membentuk Citra Merek.....	75
2.6.4.9	Proses Pembentukan Citra Merek.....	78
2.6.5	Konsep Merek Dan Manfaat Penggunaan Citra Merek .	79
2.7	Kerangka Teoritis .....	81
2.8	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	82
2.8.1	Kerangka Pemikiran .....	82
2.8.2	Hipotesis .....	83
2.9	Hasil Riset Empiris.....	86
2.10	Model Penelitian.....	89

<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>90</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	90
3.2	Populasi dan Sampel.....	90
3.2.1	Populasi .....	90
3.2.2	Sampel .....	91
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	91
3.2.4	Ukuran Sampel .....	92
3.3	Definisi Operasional Variabel (DOV).....	93
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	100
3.4.1	Jenis dan Sumber Data .....	101
3.5	Uji Instrumen.....	102
3.5.1	Uji Validitas .....	102
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	103
3.6	Uji Asumsi klasik .....	104
3.6.1	Uji Normalitas.....	104
3.6.2	Uji Multikolineritas.....	105
3.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	105
3.7	Teknik Analisis Data .....	106
3.7.1	Analisis Regresi Linier .....	106
3.7.2	Analisis Koefisien Determinasi .....	107
3.8	Teknik Pengujian Hipotesa.....	108
3.8.1	Uji Simultan (Uji F).....	108
3.8.2	Uji Parsial (Uji t).....	111
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>113</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	113
4.1.1	Karakteristik Responden .....	113
4.1.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	116
4.1.2.1	Uji Validitas .....	116
4.1.2.2	Uji Reliabilitas .....	118
4.1.3	Hasil Tanggapan Responden .....	120
4.1.3.1	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	137
4.1.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan .....	137
4.1.3.3	Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan .....	141
4.1.3.4	Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek..	153
4.1.4	Pengujian Asumsi Klasik .....	159
4.1.5.1	Uji Normalitas.....	159
4.1.5.2	Uji Multikolinearitas .....	159
4.1.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	160
4.1.5	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	161
4.1.5.1	Uji Hipotesis .....	161
4.1.5.2	Koefisien Determinasi.....	162
4.1.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	163
4.1.6.1	Uji Hipotesis .....	163

4.1.6.2 Koefisien Determinasi.....	165
4.1.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Citra Merek .....	166
4.1.7.1 Uji Hipotesis .....	166
4.1.7.2 Koefisien Determinasi.....	167
4.1.8 Pengaruh Loyalitas Pelanggan Terhadap Citra Merek...	169
4.1.8.1 Uji Hipotesis .....	169
4.1.8.2 Koefisien Determinasi.....	170
4.1.9 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Terhadap Citra Merek.....	170
4.2 Pembahasan .....	171
BAB V PENUTUP .....	174
5.1 Simpulan .....	174
5.2 Saran .....	175
DAFTAR PUSTAKA .....	177
LAMPIRAN .....	180



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Target Market.....	15
Gambar 2.2 Marketing Mix 4P .....	19
Gambar 2.3 Tingkatan Produk .....	24
Gambar 2.4 Konsep Pemasaran Holistik .....	28
Gambar 2.5 Model Kualitas Jasa (Gap Model).....	37
Gambar 2.6 Kerangka Teoritis.....	81
Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran.....	82
Gambar 2.8 Model Penelitian .....	89
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	55



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Hasil Riset Empiris ..... 86
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel..... 93
Tabel 3.2	Tingkat Hubungan Korelasi ..... 108
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 113
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 114
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... 114
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan..... 115
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal ..... 115
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel $X_1$ (Kualitas Pelayanan)..... 116
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel $X_2$ (Kepuasan Pelanggan) ..... 117
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel $Y_1$ (Loyalitas Pelanggan) ..... 117
Tabel 4.9	Uji Validitas Variabel $Y_2$ (Citra Merek) ..... 118
Tabel 4.10	Tabel Uji Reliabilitas Variabel $X_1$ (Kualitas Pelayanan) ..... 119
Tabel 4.11	Tabel Uji Reliabilitas Variabel $X_2$ (Kepuasan Pelanggan)..... 119
Tabel 4.12	Tabel Uji Reliabilitas Variabel $Y_1$ (Loyalitas Pelanggan) ..... 119
Tabel 4.13	Tabel Uji Reliabilitas Variabel $Y_2$ (Citra Merek)..... 120
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan Ruang Tunggu ..... 120
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Kebersihan dan Keindahan Ruangan..... 121
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Kerapian Pakaian yang Dikenakan Karyawan ..... 121
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas Toko Baik..... 122
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Tampilan Luar Bangunan Terlihat Modern ..... 122
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan dan Luas Tempat Parkir..... 123
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Terhadap Penyampaian Layanan Menggunakan Teknologi Canggih..... 123
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Terhadap Memberikan Layanan Sesuai Standar Yang Dijanjikan..... 124
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Yang Cepat dan Tanggap..... 124
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan Prima yang Diberikan Karyawan ..... 125
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Terhadap Ketepatan Waktu Dalam Menyelesaikan Pesanan ..... 125
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Terhadap Pengiriman Barang Cepat dan Tepat Waktu ..... 126
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Terhadap Pendaftaran dan Pelayanan Cepat ..... 126
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Terhadap Memberikan Informasi Relevan Apabila Ada Perubahan Jadwal Pengiriman..... 127
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Terhadap Karyawan Memberi Tahu Kapan Layanan Akan Dilakukan ..... 127



Tabel 4.29	Tanggapan Responden Terhadap Karyawan Memberikan Layanan Yang Cepat .....	128
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Terhadap Karyawan Selalu Tanggap Untuk Membantu Pelanggan .....	128
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Terhadap Karyawan Mampu Menjawab Pertanyaan Pelanggan .....	129
Tabel 4.32	Tanggapan Responden Terhadap Menangani Komplain Secara Cepat.....	129
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Terhadap Karyawan Memperhatikan Kepentingan Pelanggan dan Sopan.....	130
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Terhadap Karyawan Selalu Siap Menanggapi Permintaan Pelanggan .....	130
Tabel 4.35	Tanggapan Responden Terhadap Karyawan Berpengetahuan Luas .....	131
Tabel 4.36	Tanggapan Responden Terhadap Pengiriman Tepat Waktu dan Jam Buka Selalu Tepat .....	131
Tabel 4.37	Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Dapat Dipercaya ...	132
Tabel 4.38	Tanggapan Responden Terhadap Konsisten Dalam Kinerja ...	132
Tabel 4.39	Tanggapan Responden Terhadap Keamanan Selama Proses Pengiriman dan Ada Garansi .....	133
Tabel 4.40	Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas Pelayanan yang Memadai.....	133
Tabel 4.41	Tanggapan Responden Terhadap Karyawan Mendapat Dukungan Manajemen Dalam Melakukan Pekerjaan.....	134
Tabel 4.42	Tanggapan Responden Terhadap Memahami Kebutuhan Khusus Pelanggan .....	134
Tabel 4.43	Tanggapan Responden Terhadap Meyakinkan dan Memberi Solusi Ketika Pelanggan Mengalami Masalah.....	135
Tabel 4.44	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Dalam Mengurus Administrasi.....	135
Tabel 4.45	Tanggapan Responden Terhadap Keramahan karyawan dalam melayani Konsumen .....	136
Tabel 4.46	Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan Dalam Menjangkau Lokasi Pengiriman .....	136
Tabel 4.47	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Dengan Layanan/ Pengiriman .....	137
Tabel 4.48	Tanggapan Responden Terhadap Layanan Sesuai Dengan Harapan Konsumen .....	138
Tabel 4.49	Tanggapan Responden Terhadap Memenuhi Apa Yang Dijanjikan Pada Konsumen.....	138
Tabel 4.50	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Dengan Kenyamanan Ruang Tunggu.....	139
Tabel 4.51	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Dengan Kemampuan Karyawan Dalam Menangani Pelanggan.....	139
Tabel 4.52	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Dengan Lapangan Parkir Yang Tersedia.....	140
Tabel 4.53	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Dengan Pengalaman Yang Dirasakan Dalam Pengiriman Barang.....	140

Tabel 4.54	Tanggapan Responden Terhadap Keinginan Selalu Datang Sebagai Pelanggan Tetap .....	141
Tabel 4.55	Tanggapan Responden Terhadap Menyukai Layanan dan Merasa Puas Dengan Layanan .....	141
Tabel 4.56	Tanggapan Responden Terhadap Akan Menggunakan J&T Express Dibandingkan Pesaing .....	142
Tabel 4.57	Tanggapan Responden Terhadap Lebih Suka Menggunakan Layanan dan Jasa Tambahan J&T Express .....	142
Tabel 4.58	Tanggapan Responden Terhadap Harga yang Diberikan J&T Express Masuk Akal .....	143
Tabel 4.59	Tanggapan Responden Terhadap Menginformasikan Hal Positif tentang J&T Express Kepada Orang Lain .....	143
Tabel 4.60	Tanggapan Responden Terhadap Kesulitan Jika Harus Berpindah ke Jasa Pengiriman Lain .....	144
Tabel 4.61	Tanggapan Responden Terhadap Merekomendasikan J&T Express Kepada Calon Pelanggan Yang Akan Mengirim Barang .....	144
Tabel 4.62	Tanggapan Responden Terhadap Menginformasikan Manajemen J&T Express Tentang Ide Yang Baik .....	145
Tabel 4.63	Tanggapan Responden Terhadap Mempertimbangkan J&T Express Sebagai Pilihan Pertama .....	145
Tabel 4.64	Tanggapan Responden Terhadap Memberitahukan Kerabat dan Teman Untuk Menggunakan Jasa J&T Express .....	146
Tabel 4.65	Tanggapan Responden Terhadap Kepastian Menggunakan Kembali Jasa J&T Express .....	146
Tabel 4.66	Tanggapan Responden Terhadap Merekomendasikan J&T Express Kepada Keluarga .....	147
Tabel 4.67	Tanggapan Responden Terhadap Tidak Akan Beralih ke Jasa Pengiriman Barang Lain .....	147
Tabel 4.68	Tanggapan Responden Terhadap Keinginan Membangun Hubungan Baik Dengan J&T Express .....	148
Tabel 4.69	Tanggapan Responden Terhadap Menganggap Setia Kepada J&T Express .....	148
Tabel 4.70	Tanggapan Responden Terhadap Membicarakan Masalah Yang Terjadi Kepada Pihak J&T Express .....	149
Tabel 4.71	Tanggapan Responden Terhadap Rencana Untuk Tetap Menggunakan Jasa J&T Express di Masa Depan .....	149
Tabel 4.72	Tanggapan Responden Terhadap Tidak Berminat Untuk Menggunakan Jasa Pengiriman Lain .....	150
Tabel 4.73	Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan Jasa J&T Express Berulang Kali Karena Puas Dengan Pelayanan .....	150
Tabel 4.74	Tanggapan Responden Terhadap Merasa Lebih Puas Ketika Menggunakan Jasa J&T Express Lebih Dari Sekali .....	151
Tabel 4.75	Tanggapan Responden Terhadap Menggunakan Jasa Pengiriman Lain Akan Membuang Waktu Ketika Sudah Menemukan Jasa Pengiriman yang Pas .....	151
Tabel 4.76	Tanggapan Responden Terhadap Tidak Ragu Untuk Menggunakan Jasa J&T Express .....	152

Tabel 4.77	Tanggapan Responden Terhadap Akan Memberitahu Pengalaman dan Kinerja J&T Express Kepada Kerabat.....	152
Tabel 4.78	Tanggapan Responden Terhadap Nama Merek J&T Express Bagus.....	153
Tabel 4.79	Tanggapan Responden Terhadap Merek J&T Express Memiliki Ciri Khas Atau Simbol Yang Mudah Dikenali .....	154
Tabel 4.80	Tanggapan Responden Terhadap Mempunyai Pandangan Positif Mengenai Merek J&T Express .....	154
Tabel 4.81	Tanggapan Responden Terhadap Slogan “Express Your Online Business” .....	155
Tabel 4.82	Tanggapan Responden Terhadap J&T Express Memiliki Reputasi Yang Sangat Baik Dimata Konsumen.....	155
Tabel 4.83	Tanggapan Responden Terhadap J&T Express Mengikuti Perkembangan Jaman.....	156
Tabel 4.84	Tanggapan Responden Terhadap Merek J&T Express Memberikan Kepercayaan Kualitas Merek Terbaiknya Pada Konsumen .....	156
Tabel 4.85	Tanggapan Responden Terhadap Merek J&T Express Dapat Dibedakan Dengan Pesaing.....	157
Tabel 4.86	Tanggapan Responden Terhadap J&T Express Merupakan Merek Yang Terkenal .....	157
Tabel 4.87	Tanggapan Responden Terhadap Harapan Terhadap Merek J&T Express Terpenuhi.....	158
Tabel 4.88	Tanggapan Responden Terhadap J&T Express Merupakan Jasa Pengiriman Barang Dengan Pelayanan Yang Maksimal..	158
Tabel 4.89	Uji Normalitas.....	159
Tabel 4.90	Uji Multikolinearitas .....	159
Tabel 4.91	Regresi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ...	162
Tabel 4.92	Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	163
Tabel 4.93	Regresi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	164
Tabel 4.94	Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	165
Tabel 4.95	Koefisien Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	165
Tabel 4.96	Regresi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Citra Merek .....	167
Tabel 4.97	Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek .....	168
Tabel 4.98	Koefisien Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Citra Merek .....	168
Tabel 4.99	Regresi Loyalitas Pelanggan Terhadap Citra Merek .....	169
Tabel 4.100	Koefisien Determinasi Loyalitas Pelanggan Terhadap Citra Merek .....	170
Tabel 4.101	Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Terhadap Citra Merek .....	171

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Hasil Kuesioner .....	180
Lampiran B Karakteristik Responden .....	195
Lampiran C Tanggapan Responden .....	197
Lampiran D Hasil SPSS 20 .....	212

