

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Rumusan Masalah .....	4
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Kegunaan Penelitian .....	5
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7

2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	8
2.1.4 Ekuitas Merek .....	8
2.1.4.1 Pengertian Merek.....	8
2.1.4.2 Tingkatan Merek.....	9
2.1.4.3 Pengertian Ekuitas Merek.....	10
2.1.4.4 Dimensi Ekuitas Merek .....	11
2.1.5 Kualitas Layanan Jasa .....	14
2.1.5.1 Pengertian Jasa .....	14
2.1.5.2 Klasifikasi Jasa .....	15
2.1.5.3 Pengertian Kualitas Layanan (Jasa) .....	17
2.1.5.4 Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Layanan .....	17
2.1.5.5 Dimensi Kualitas Layanan.....	20
2.1.6 Loyalitas pelanggan.....	21
2.1.6.1 Pengertian Loyalitas .....	21
2.1.6.2 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	22
2.1.6.3 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	22
2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	23
2.2.1 Landasan Teori .....	23
2.2.2 Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	27
2.2.3 Studi Empiris .....	29

2.2.4 Hipotesis .....	31
-----------------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian.....	32
3.2 Desain Penelitian .....	32
3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....	36
3.4.1 Populasi .....	36
3.4.2 Sampel Penelitian .....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	38
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.5.2 Instrumen Penelitian .....	39
3.5.2.1 Skala Likert .....	39
3.5.2.2 Metode Transformasi Data.....	40
3.5.2.3 Uji Validitas.....	41
3.5.2.4 Uji Reabilitas .....	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	43
3.6.2 Analisis Statistik Verifikatif.....	45
3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik .....	46
3.6.2.2 Analisis Koefisien Korelasi .....	47
3.6.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.6.2.4 Koefisien Determinasi .....	48

3.6.3 Uji Hipotesis.....	49
3.6.3.1 Uji Simultan (Uji F).....	49
3.6.3.2 Uji Parsial (Uji T).....	51

## **BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1 Analisis Data.....	53
4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	53
4.1.2 Uji Validitas.....	55
4.1.3 Uji Reliabilitas.....	58
4.1.4 Analisis Deskriptif.....	59
4.1.4.1 Gambaran mengenai Variabel Ekuitas Merek.....	60
4.1.4.2 Garis Kontinum Ekuitas Merek.....	67
4.1.4.3 Gambaran mengenai Variabel Kualitas Pelayanan .....	69
4.1.4.4 Garis Kontinum Kualitas Pelayanan .....	74
4.1.4.5 Gambaran mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan .....	76
4.1.4.6 Garis Kontinum Loyalitas Pelanggan.....	81
4.1.5 Uji Asumsi Klasik .....	83
4.1.6 Uji Koefisien Korelasi .....	86
4.1.7 Koefisien Determinasi .....	88
4.1.8 Analisis Hasil Pengujian Hipotesis .....	89
4.1.8.1 Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	89
4.1.8.2 Pengujian Secara Parsial (Uji T) .....	90
4.2 Pembahasan.....	92

4.2.1 Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan di Ninja Xpress Cabang Cimincrang .....	92
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Ninja Xpress Cabang Cimincrang .....	93
4.2.2 Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Ninja Xpress Cabang Cimincrang .....	94

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	95
5.2 Saran .....	96

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Survei Awal Tingkat Ekuitas Merek .....	1
Tabel 1.2	Hasil Survei Awal Tingkat Kualitas Pelayanan .....	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1	Desain Penelitian.....	33
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian.....	34
Tabel 3.3	Skala Likert .....	40
Tabel 3.4	Skor Tanggapan Responden .....	44
Tabel 3.5	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	47
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	54
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Tingkat Menggunakan Jasa Pengiriman .....	55
Tabel 4.5	Hasil Perhitungan Validitas Variabel Ekuitas Merek ( $X_1$ ).....	56
Tabel 4.6	Hasil Perhitungan Validitas Variabel Kualitas Pelayanan - Kinerja ( $X_2$ ) .....	56
Tabel 4.7	Hasil Perhitungan Validitas Variabel Kualitas Pelayanan - Harapan ( $X_2$ ) .....	57
Tabel 4.8	Hasil Perhitungan Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)....	57

Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas .....	58
Tabel 4.10	Kategori Interpretasi Skor .....	59
Tabel 4.11	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 1: Saya Dapat Dengan Cepat Mengingat Logo Atau Symbol Dari Merek Ini .....	60
Tabel 4.12	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 2: Saya Dapat Mengenali Merek Ninja Xpress Cabang Cimincrang Tanpa Bertanya Ke Orang Lain .....	61
Tabel 4.13	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 3: Menurut Saya Lokasi Ninja Xpress Cabang Cimincrang Strategis .....	62
Tabel 4.14	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 4: Logo Pada Ninja Xpress Cabang Cimincrang Memiliki Karakteristik Tersendiri .....	63
Tabel 4.15	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 5: Ninja Xpress Cabang Cimincrang Memiliki Kualitas Yang Saya Harapkan.....	64
Tabel 4.16	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 6: Kinerja Pada Ninja Xpress Cabang Cimincrang Lebih Baik Dari Pada Merek Lain .....	65
Tabel 4.17	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 7: Ninja Xpress Cabang Cimincrang Memberikan Kepuasan Saat Saya Menggunakannya .....	65
Tabel 4.18	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 8: Saya Akan Setia Menggunakan Jasa Pengiriman Pada Merek Tersebut .....	66

Tabel 4.19	Skor Rata-Rata Setiap Indikator Pertanyaan.....	67
Tabel 4.20	Tingkat Kualitas Pelayanan di Ninja Xpress pada Tampilan Fisik ( <i>Tangible</i> ).....	69
Tabel 4.21	Tingkat Kualitas Pelayanan di Ninja Xpress pada Tampilan Keandalan ( <i>Reliability</i> ) .....	70
Tabel 4.22	Tingkat Kualitas Pelayanan di Ninja Xpress pada Tampilan Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ).....	71
Tabel 4.23	Tingkat Kualitas Pelayanan di Ninja Xpress pada Tampilan Empati ( <i>Emphaty</i> ) .....	72
Tabel 4.24	Tingkat Kualitas Pelayanan di Ninja Xpress pada Tampilan Jaminan ( <i>Assurance</i> ) .....	73
Tabel 4.25	Skor Rata-Rata Setiap Indikator Pertanyaan.....	74
Tabel 4.26	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 29: Menurut Saya Memilih Ninja Xpress Cabang Cimincrang Adalah Pilihan Yang Tepat .....	76
Tabel 4.27	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 30: Saya Percaya Terhadap Konsistensi Pelayanan Akan Pengiriman Paket Yang Saya Terima.....	77
Tabel 4.28	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 31: Saya Akan Setia Memilih Jasa Pengiriman Ninja Xpress Cabang Cimincrang Walaupun Terjadi Perubahan Biaya.....	78
Tabel 4.29	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 32: Dimasa	



	Mendatang Bila Saya Membutuhkan Jasa Pengiriman Barang Saya Selalu Memanfaatkan Pelayanan Di Ninja Xpress Cabang Cimincrang.....	78
Tabel 4.30	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 33: Saya Akan Menginformasikan Keunggulan Jasa Pengiriman Ini Kepada Orang Lain, Teman Atau Keluarga Saya .....	79
Tabel 4.31	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 34: Bila Ada Keluarga Atau Teman Yang Membutuhkan Jasa Pengiriman Barang Maka Saya Akan Merekomendasikan Jasa Pengiriman Barang Ini.....	80
Tabel 4.32	Skor Rata-Rata Setiap Indikator Pertanyaan.....	81
Tabel 4.33	Tabel Hasil Uji Normalitas .....	84
Tabel 4.34	Tabel Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4.35	Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	86
Tabel 4.36	Tabel Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	86
Tabel 4.37	Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	88
Tabel 4.38	Tabel Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F) .....	89
Tabel 4.39	Tabel Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji T).....	90
Tabel 4.40	Tabel Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji T).....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram jumlah pelanggan Ninja Xpress Cabang Cimincrang 2019.....	3
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian .....	28
Gambar 3.1 Kategori Penilaian Garis Kontinum.....	44
Gambar 3.2 Uji F .....	50
Gambar 3.3 Uji Hipotesis Dua Pihak .....	52
Gambar 4.1 Garis Kontinum Kategorisasi Ekuitas Merek .....	68
Gambar 4.2 Garis Kontinum Kategorisasi Kualitas Pelayanan .....	75
Gambar 4.3 Garis Kontinum Kategorisasi Loyalitas Pelayanan .....	82
Gambar 4.4 Uji Simultan (Uji F) .....	90
Gambar 4.5 Uji Parsial (Uji t) .....	92