

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN i	v
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Merek.....	13
2.2 Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	16
2.3 Tolak Ukur Kepercayaan Merek	18
2.4 Karakteristik Merek (<i>Brand Characteristics</i>).....	21
2.5 Karakteristik Hubungan Merek- Pelanggan (<i>Consumer Brand Characteristics</i>)....	23
2.6 Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	25
2.7 Hubungan Antar Variabel.....	33
2.8 Penelitian Terdahulu	38
2.9 Model Penelitian	39
2.10 Hipotesis	39

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Definisi Operasional	42
3.3 Skala Pengukuran	44
3.4 Populasi dan Sampel.....	44
3.5 Sumber Data	46
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.7 Metode Analisis Data	47
3.8 Teknik Analisis Data	55

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	66
A. Karakteristik Responden	66
B. Analisis Jawaban Responden	69
4.3 Hasil Analisis Data	80
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	80
A. Uji Normalitas	80
B. Uji Heterokedastisitas	82
C. Uji Multikolinearitas	83
4.3.2 Uji Regresi Linear Berganda	84
4.3.3 Uji Hipotesis	87
A. Uji T	87
B. Uji F	89
C. Uji R^2	90
4.4 Pembahasan	
4.4.1 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek	91
4.4.2 Pengaruh Karakteristik Merek Terhadap Loyalitas Merek	93
4.4.3 Pengaruh Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	94

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	96
5.2 Saran	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN