

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
 I. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Kerangka Pemikiran	8
1.6 Hipotesis	10
 II. LANDASAN TEORI	 11
2.1 Pengertian Merek	11
2.2 Kepercayaan Merek	13
2.2.1 Karakteristik Merek	15
2.2.2 Karakteristik Perusahaan	17
2.2.3 Karakteristik Pelanggan – Merek	19
2.3 Loyalitas Pelanggan	20
2.5 Penelitian Terdahulu	22

III. METODE PENELITIAN	24
3.1 Desain Penelitian	24
3.2 Objek Penelitian	24
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.3.1 Jenis Data	25
3.3.2 Sumber Data	25
3.4 Metode Pengumpulan Data	26
3.5 Variabel Penelitian	27
3.6 Populasi dan Sampel	27
3.6.1 Populasi	27
3.6.2 Sampel	28
3.7 Definisi Operasional Variabel	29
3.8 Analisis Data	30
3.9 Uji Validitas	31
3.10 Uji Reliabilitas	32
3.11 Rentang Skor	32
3.12 Analisis Regresi Berganda	33
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	34
4.1.1 Uji Validitas	34
4.1.2 Uji Realibilitas	35
4.2 Anailisis Kualitatif	36
4.3 Distribusi Jawaban Pelanggan	39
4.4 Rentang Skor Variabel	43
4.5 Tanggapan tentang Variabel Loyalitas pelanggan (Y)	45
4.6 Analisis Kuantitatif	45
4.6.1 Regresi Linier Berganda (Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y)	46
4.6.2 Pengujian Hipotesis (Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y)	47

4.6.2.1 Uji F (Uji hipotesis secara simultan)	47
4.6.2.2 Uji t (Uji hipotesis secara parsial)	58
4.6.2.3 Analisis Determinasi	50
4.7 Pembahasan	50
V. SIMPULAN SARAN	52
5.1 Simpulan	52
5.2 Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN