

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Masalah	10
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.5 Kerangka Pemikiran.....	11
1.6 Hipotesis.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Produk	14
2.1.1. Pengertian Produk	14
2.2 Merek	15
2.2.1 Definisi Merek	15
2.2.2 Manfaat Merek	15
2.2.3 Ekuitas Merek	16
2.3 Kepercayaan Merek	17
2.4 Loyalitas Merek	22
2.5 Fungsi Loyalitas Merek.....	25
2.6 Penelitian Terdahulu	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.3 Metode Pengumpulan Data	32
3.4 Operasional Variabel.....	33
3.5 Skala Pengukuran Variabel	34
3.6 Validitas dan Reliabilitas	35
3.7 Metode Analisis	36
3.8 Pengujian Hipotesis.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Uji Validitas dan Uji Realibilitas	39
4.1.1	Uji Validitas dengan.....	39
4.1.2	Uji Reliabilitas	40
4.2	Analisis Kualitatif	41
4.2.1	Hasil Analisis Variabel Demografi	43
4.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	43
4.3.1	Tanggapan Tentang Kepercayaan Merek (X)	44
4.3.1.1	Tanggapan Tentang Karakteristik Merek (X1)	44
4.3.1.2	Tanggapan Tentang Karakteristik Perusahaan (X2)	47
4.3.1.3	Tanggapan Tentang Karakteristik Merek Pelanggan(X3).....	50
4.3.2	Tanggapan tentang Loyalitas Merek (Y).....	56
4.4	Analisis Kuantitatif	59
4.4.1	Uji Regresi Linier Berganda	59
4.4.2	Uji F (Uji Koefisien Regresi secara bersama-sama)	61
4.4.3	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	61

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	65
5.2	Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN