

BAB III. METODE PENELITIAN	33
3.1 Objek Penelitian	33
3.2 Jenis dan Sumber Data	33
3.2.1 Jenis Data	33
3.2.2 Sumber Data	34
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Populasi	34
3.3.2 Sampel	35
3.4 Metode Pengumpulan Data	36
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	37
3.5.1 Variabel Penelitian	37
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	39
3.6 Pengukuran Instrumen Penelitian	44
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.7.1 Uji Validitas	45
3.7.2 Uji Reliabilitas	45
3.8 Uji Hipotesis	46
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	49
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	50
4.2.1 Uji Validitas	51
4.2.2 Uji Reliabilitas	53
4.3 Profil Responden	54
4.4 Hasil Tanggapan Responden	56
4.4.1 Tanggapan Tentang Kepercayaan Merek (X)	57
4.4.1.1 Tanggapan Tentang Karakteristik Merek (X1)	57
4.4.1.2 Tanggapan Tentang Karakteristik Perusahaan (X2)	58
4.4.1.3 Tanggapan Tentang Karakteristik Konsumen-Merek (X3)	60
4.4.2 Tanggapan Tentang Loyalitas Merek (Y)	63
4.5 Hasil Uji Hipotesis	63
4.5.1 Uji Regresi Linier Berganda	64
4.5.2 Uji Koefisien Regresi secara Parsial (uji t)	65
4.6 Pembahasan	66
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	