DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN

MOTTO

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI v

DAFTAR GAMBAR ix

DAFTAR TABEL x

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 5

1.2.1 Identifikasi Masalah 5

1.2.2 Rumusan Masalah 5

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 6

1.3.1 Maksud Penelitian 6

1.3.2 Tujuan Penelitian 6

1.4 Kegunaan Penelitian 7

1.4.1 Kegunaan Akademis 7

1.4.2 Kegunaan Praktis 8

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 9

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 10
2.1.1 Merek (*Brand*) 10
2.1.2 Kepercayaan terhadap Merek *(Trust In a Brand)* 13
2.1.2.1 Konsep Kepercayaan Pada Merek 18
2.1.3 Loyalitas Merek *(Brand Loyalty)* 20
2.1.3.1 Penggolongan Loyalitas Merek 25
2.1.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek 27
2.1.3.3 Tingkatan- Tingkatan Dalam Loyalitas Merek 29
2.1.4 Dampak Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek 31
2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis 34
2.2.1 Kerangka Pemikiran 34
2.2.2 Hipotesis 40

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 42
3.2 Metode Penelitian 42
3.2.1 Desain Penelitian 44
3.2.2 Operasional Variabel 48
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 51
3.2.3.1 Sumber Data 51
3.2.3.2 Metode Penarikan Sampel 50
3.2.3.2.1 Populasi dan Sampel 50
3.2.3.2.1.1 Populasi 50
3.2.3.2.1.2 Sampel 51
3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data 52
3.2.4.1 Uji Validitas 53
3.2.4.2 Uji Reliabilitas 55

3.2.5 Metode Analisis dan Rancangan Hipotesis 57
3.2.5.1 Metode Analisis 57
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif 57
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif 58
3.2.5.1.2.1 Analisis Regresi Linier Sederhana 61
3.2.5.1.2.2 Analisis Korelasi *Pearson* 62
3.2.5.1.2.3 Analisis Koefisien Determinasi 64
3.2.5.2 Uji Hipotesis 65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 67
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 67
4.1.2 Struktur Organisasi 70
4.1.3 Deskripsi Tugas 71
4.1.4 Aspek Perusahaan 77
4.2 Pembahasan Penelitian 79
4.2.1 Hasil Analisis 79
4.2.1.1 Analisis Deskriptif 80
4.2.1.1.1 Data Responden 80
4.2.1.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan Pada Merek 84
4.2.1.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Merek ...103
4.2.1.2 Analisis Verifikatif 109
4.2.1.2.1 Dampak Kepercayaan Pada Merek Terhadap Loyalitas Merek 109
4.2.1.2.2 Analisis Regresi Linear Sederhana 114
4.2.1.2.3 Analisis Korelasi Pearson 116
4.2.1.2.4 Analisis Koefisien Determinasi 117

4.2.2 Hasil Uji Hipotesis 118

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 121

5.2 Saran 122

DAFTAR PUSTAKA 123

LAMPIRAN-LAMPIRAN 125

DAFTAR RIWAYAT HIDUP