DAFTAR ISI

HALAMAN

LEMBAR PENGESAHAN…….. ii

ABSTRACT…….. iii

ABSTRAK……. iv

KATA PENGANTAR..... v

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBAR..... viii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 8

1.2.1 Identifikasi masalah..... 8

1.2.2 Rumusan masalah..... 9

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 9

1.3.1. Maksud Penelitian 9

1.3.2. Tujuan Penelitian..... 10

1.4 Kegunaan Penelitian..... 10

1.4.1. Kegunaan Praktis..... 10

1.4.2. Kegunaan Akademis..... 11

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian..... 11

1.5.1. Lokasi dan Waktu Penelitian..... 11

1.5.2. Waktu Penelitian 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 13

2.1 Kajian Pustaka 13

2.1.1. *Brand image* 13

2.1.1.1. Pengertian *Brand image* 13

2.1.1.2. Faktor-Faktor Yang Membentuk *Brand Image* 14

2.1.1.3. Manfaat Merk 16

2.1.1.4. Indikator *Brand Image* 17

2.1.2. Kepercayaan Konsumen 18

2.1.2.1. Pengertian Kepercayaan Konsumen 18

2.1.2.2. Jenis – Jenis Kepercayaan 19

2.1.2.3. Indikator Kepercayaan Konsumen 19

2.1.3. Loyalitas Pelanggan 21

2.1.3.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan 21

2.1.3.2. Jenis-Jenis Loyalitas 22

2.1.3.3. Indikator Loyalitas Pelanggan 22

2.1.4. Hasil Penelitian Sebelumnya 23

2.2. Kerangka Pemikiran 25

2.2.1. Keterkaitan *Brand image* terhadap Loyalitas Pelanggan..... 26

2.2.2. Keterkaitan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan..... 26

2.2.3. Keterkaitan *Brand image* dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan..... 27

2.3. Hipotesis..... 28

BAB III OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN 30

3.1. Objek Penelitian 31

3.2. Metode Penelitian..... 32

3.2.1. Desain Penelitian 32

3.2.2. Operasionalisasi Variabel 36

3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan data..... 39

3.2.3.1. Sumber Data 39

3.2.3.2. Teknik Penentuan Data..... 40

3.2.4. Teknik Pengumpulan Data 42

3.2.4.1. Uji Validitas..... 44

3.2.4.2. Uji Reliabilitas..... 47

3.2.4.3. Uji MSI..... 50

3.2.5. Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis..... 51

3.2.5.1. Rancangan Analisis..... 51

3.2.5.1.1. Analisis Data Deskriptif 51

3.2.5.1.2. Analisis Data Verifikatif 54

3.2.5.2. Pengujian Hipotesis..... 58

BAB IV HASIL AND PEMBAHASAN 62

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 62
4.2 Karakteristik Responden 64
4.3 Analisis Deskriptif 65
4.3.1 Analisis Deskriptif Brand Image 66
4.3.2 Analisis Deskriptif Kepercayaan Konsumen 73
4.3.3 Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan 77
4.4 Analisis Verifikatif 81
4.4.1 Persamaan Regresi Linier Berganda 81
4.4.2 Uji Asumsi Klasik 83
4.4.3 Analisis Korelasi 88
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi 91
4.4.5 Uji Hipotesis 92
4.4.5.1 Pengujian Secara Parsial (Uji-T) 92
4.4.5.2 Pengujian Secara Simultan (Uji-F) 96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 99
5.1 Kesimpulan 99
5.2 Saran 101

DAFTAR PUSTAKA 102

DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
1.1.	Daftar Pendapatan Watchgallery Bandung Pada Tahun 2015	2
1.2.	Survey Awal Loyalitas Pelanggan di Watchgallery Bandung	4
1.3.	Survey Awal *Brand Image* di Watchgallery Bandung	5
1.4.	Survey Awal Kepercayaan Konsumen di Watchgallery Bandung	6
1.5.	Pelaksanaan Penelitian.....	12
2.1.	Penelitian Terdahulu.....	23
3.1.	Desain Penelitian.....	36
3.2.	Operasionalisasi Variabel.....	38
3.3.	Skala Likert.....	43
3.4.	Standar Penilaian Untuk Validitas.....	45
3.5.	Standar Penilaian Untuk Reliabilitas.....	48
3.6.	Kriteria Pengklasifikasian Presentase Skor Tanggapan Konsumen.....	53
3.7.	Tingkat Keeratan Korelasi.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Paradigma Penelitian 28

Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 61