

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Surat Pernyataan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Batasan Masalah.....	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Brand Loyalty	11
2.2.2 Citra merek	12
2.2.3 Kepercayaan merek	13
2.3 Pengaruh antar Variabel.....	16
2.3.1 Hubungan citra merek dengan <i>Brand Loyalty</i>	16

2.3.2 Hubungan Kepercayaan Merek dengan <i>Brand Loyalty</i>	17
2.4 Kerangka Konseptual	18
2.5 Hipotesis.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	19
3.2.1 Brand Loyalty.....	21
3.2.2 Variabel Independen	21
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.3.1 Populasi	23
3.3.2 Sampel.....	23
3.4 Jenis dan Sumber Data	25
3.5 Metode Pengumpulan Data	26
3.6 Uji Instrumen Penelitian	26
3.7 Teknik Analisis Data.....	29
3.7.1 Analisis Deskriptif	29
3.7.2 Analisis Inferensial.....	30
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.9 Uji Hipotesis.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Diskripsi Objek Penelitian.....	37
4.2 Analisis Deskriptif.....	38
4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden	38
4.2.2 Deskriptif Data Penelitian.....	40

4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.2.4 Analisis Linier Regresi Berganda.....	49
4.2.5 Pengujian Hipotesis.....	50
4.3 Pembahasan.....	52
4.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Brand Loyalty.....	52
4.3.2 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Brand Loyalty.....	53
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57