

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI..... | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 17 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 18 |
| 1.4 Sistematika Penelitian | 20 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 22 |
| 2.1 Landasan Teori | 22 |
| 2.1.1 Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior</i>)..... | 22 |
| 2.1.2 <i>Commitment-Trust Theory (CTT)</i> | 25 |
| 2.2 Pengembangan Variabel | 26 |
| 2.2.1 Pengalaman Merek..... | 26 |
| 2.2.2 Persepsi Kualitas | 30 |
| 2.2.3 Citra Merek | 33 |
| 2.2.4 Kepercayaan Merek | 37 |
| 2.2.5 Loyalitas Merek | 41 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel | 44 |
| 2.3.1 Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek.... | 44 |
| 2.3.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek | 47 |

| | | |
|---|---|------------|
| 2.3.3 | Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek | 49 |
| 2.3.4 | Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Kepercayaan Merek..... | 51 |
| 2.3.5 | Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Kepercayaan Merek . | 54 |
| 2.3.6 | Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan Merek | 55 |
| 2.3.7 | Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek .. | 57 |
| 2.4 | Penelitian Terdahulu..... | 59 |
| 2.5 | Kerangka Pemikiran..... | 66 |
| 2.6 | Hipotesis..... | 67 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 68 |
| 3.1 | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel | 68 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel | 73 |
| 3.3 | Jenis dan Sumber Data | 75 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data | 77 |
| 3.5 | Metode Analisis..... | 78 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | | 95 |
| 4.1 | Deskripsi Objek Penelitian..... | 95 |
| 4.2 | Uji Instrumen Penelitian | 102 |
| 4.3 | Uji Asumsi SEM | 106 |
| 4.4 | Analisis SEM | 112 |
| 4.5 | Uji Hipotesis | 120 |
| 4.6 | Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total | 123 |
| 4.7 | Pembahasan..... | 126 |
| BAB V PENUTUP..... | | 146 |
| 5.1 | Kesimpulan | 146 |
| 5.2 | Implikasi Teoritis..... | 150 |
| 5.3 | Implikasi Manajerial | 152 |
| 5.4 | Keterbatasan Penelitian..... | 154 |
| 5.5 | Agenda Penelitian Mendatang | 155 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 157 |
| LAMPIRAN..... | | 162 |