

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORSINILITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Kegunaan Teoritis.....	13
1.4 Sistematika Penelitian.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 S-O-R Theory	15
2.1.2 Brand Image	17

2.1.3 Brand Trust.....	19
2.1.4 Customer Engagement.....	23
2.1.5 Repurchase Intention	25
2.2 Kerangka Pemikiran.....	30
2.3 Hipotesis.....	30
2.3.1 Hubungan Brand Image Terhadap Customer Engagement	30
2.3.2 Hubungan Brand Trust dengan Customer Engagement..	32
2.3.3 Hubungan antara Customer engagement dengan Repurchase Intention	33
2.3.4 Hubungan Brand Image Terhadap Repurchase Intention	35
2.3.5 Hubungan Brand Trust Terhadap Repurchase Intention	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	38
3.1.1 Variabel Penelitian	38
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	42
3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Sampel	43
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	44
3.3.1 Data Primer.....	44
3.3.2 Data Sekunder	44
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	44
3.4.1 Kuisisioner	44
3.4.2 Metode Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	54

4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	55
4.2	Analisis Data.....	59
4.2.1	Uji Validitas	59
4.2.2	Uji Reliabilitas	61
4.3	Interpretasi Hasil	81
4.3.1	Pengaruh Brand Image Terhadap Customer engagement	81
4.3.2	Pengaruh Brand Trust Terhadap Customer engagement	82
4.3.3	Pengaruh Customer Engagement Terhadap Repurchase intention.....	83
4.3.4	Pengaruh Brand Image terhadap <i>Repurchase intention</i> ..	83
4.3.5	Pengaruh Brand Trust Terhadap Repurchase intention .	84
4.3.6	Pengaruh Customer Engagement terhadap Brand Image serta Repurchase Intention.....	85
4.3.7	Pengaruh Customer Engagement terhadap Brand Trust serta Repurchase Intention.....	86
BAB V	PENUTUP	87
5.1	Kesimpulan Masalah Penelitian	87
5.2	Implikasi Teoritis	89
5.3	Implikasi Manajerial	94
5.4	Keterbatasan Penelitian	100
5.5	Saran Penelitian	101
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN.....		110