

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Manfaat Penelitian	15
1.4 Sistematika Penulisan	15
BAB II TELAAH PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 <i>Brand Loyalty</i>	18
2.1.2 <i>Brand Trust</i>	20
2.1.3 Kualitas Produk.....	23
2.1.4 <i>Brand Communication</i>	26
2.2 Hubungan antar Variabel yang Diteliti	29
2.2.1 Hubungan <i>Brand Communication</i> dengan <i>Brand Trust</i>	29
2.2.2 Hubungan Kualitas Produk dengan <i>Brand Trust</i>	30
2.2.3 Hubungan <i>Brand Trust</i> dengan <i>Brand Loyalty</i>	30
2.2.4 Hubungan Kualitas Produk dengan <i>Brand Loyalty</i>	31
2.3 Penelitian Terdahulu	32
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
2.5 Hipotesis Penelitian.....	36

BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.1.1 Variabel Penelitian	37
3.1.2 Definisi Operasional.....	38
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1 Populasi	40
3.2.2 Sampel.....	41
3.3 Jenis dan Sumber Data	42
3.3.1 Data Primer	42
3.3.2 Data Sekunder	43
3.4 Metode Pengumpulan Data	43
3.5 Metode Analisis Data	44
3.5.1 Uji Instrumen Data	44
3.5.1.1 Uji Validitas	44
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	45
3.5.2.1 Uji Multikolinieritas	45
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas	45
3.5.2.3 Uji Normalitas	46
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
3.5.4 Uji Kelayakan Model	47
3.5.4.1 Uji Anova	48
3.5.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	48
3.5.5 Uji Hipotesis (Uji Statistik t)	49
3.5.6 Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>)	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2 Gambaran Umum Responden	53
4.2.1 Deskripsi responden berdasarkan Usia	53
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	55
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	55
4.3 Analisis Data	56
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	56

4.3.1.1	Uji Validitas	56
4.3.1.2	Uji Reliabilitas.....	57
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	58
4.3.2.1	Uji Multikolinieritas	58
4.3.2.2	Uji Normalitas	59
4.3.2.3	Uji Heretokedastisitas.....	61
4.3.3	Uji Regresi Linear Berganda.....	62
4.3.4	Uji Kelayakan Model	65
4.3.4.1	Uji Anova (Uji F)	65
4.3.4.2	Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	66
4.3.4.3	Uji Hipotesis (Uji Statistik t).....	68
4.3.5	Uji Variabel Intervening (Uji Sobel).....	71
4.3.5.1	Pengaruh <i>Brand Communication</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> Melalui <i>Brand Trust</i>	71
4.3.5.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>Brand Loyalty</i> Melalui <i>Brand Trust</i>	73
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.4.1	Pengaruh <i>Brand Communication</i> terhadap <i>Brand Trust</i>	75
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>Brand Trust</i>	75
4.4.3	Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	76
4.4.4	4.4.4 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	77
BAB V PENUTUP		78
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Implikasi Teoritis	82
5.3	Implikasi Manajerial	83
5.4	Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Mendatang	85
LAMPIRAN.....		91