

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan dan Kegunaan	9
1.3.1. Tujuan Penelitian	9
1.3.2. Kegunaan Penelitian	9
1.4. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Perilaku Konsumen	12
2.1.2. Merek (<i>Brand</i>)	13
2.1.3. <i>Brand Reputation</i>	16

2.1.4. <i>Brand Predictability</i>	19
2.1.5. <i>Brand Competence</i>	21
2.1.6. <i>Brand Liking</i>	23
2.1.7. <i>Brand Loyalty</i>	25
2.2. Penelitian Terdahulu	28
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	29
2.4. Hipotesis	29
2.5. Definisi Konseptual Variabel	30
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Variabel Penelitian	31
3.2. Penentuan Populasi dan Sampel	32
3.3. Jenis dan Sumber Data	33
3.4. Metode Pengumpulan Data	34
3.5. Tahap Pengolahan Data	35
3.6. Definisi Operasional Variabel	36
3.7. Metode Analisis Data	37
3.7.1. Analisis Angka Indeks	37
3.7.2. Uji Kualitas Data	39
3.7.2.1. Uji Validitas	39
3.7.2.2. Uji Rentabilitas	40
3.7.3. Uji Model (Uji Asumsi Klasik)	40
3.7.3.1. Uji Multikolinearitas	40
3.7.3.2. Uji Heteroskedastisitas	41
3.7.3.3. Uji Normalitas	42
3.7.4. Uji Kelayakan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	42

3.7.4.1.	Regresi Linier Berganda.....	43
3.7.4.2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	44
3.7.4.3.	Uji F (Uji Simultan)	44
3.7.4.4.	Uji t (Uji Statistik Parsial)	45
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian	47
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan	47
4.1.2.	Gambaran Umum Produk	48
4.2.	Gambaran Umum Responden	50
4.2.1.	Responden Berdasarkan Jenis Usaha	51
4.2.2.	Responden Berdasarkan Tempat Pembelian	51
4.2.3.	Responden Berdasarkan Kepemilikan Kendaraan	52
4.2.4.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.5.	Responden Berdasarkan Umur	53
4.3.	Analisis Indeks Jawaban Responden	54
4.3.1.	Analisis Indeks Jawaban <i>Brand Reputation</i> (X_1)	54
4.3.2.	Analisis Indeks Jawaban <i>Brand Predictability</i> (X_2).....	57
4.3.3.	Analisis Indeks Jawaban <i>Brand Competence</i> (X_3)	59
4.3.4.	Analisis Indeks Jawaban <i>Brand Liking</i> (X_4)	61
4.3.5.	Analisis Indeks Jawaban <i>Brand Loyalty</i> (Y)	64
4.4.	Analisis Data	66
4.4.1.	Uji Validitas	66
4.4.2.	Uji Reliabilitas	67
4.4.3.	Uji Model (Uji Asumsi Klasik)	68

4.4.3.1. Uji Normalitas	68
4.4.3.2. Uji Multikolinearitas	70
4.4.3.3. Uji Heteroskedastisitas	71
4.4.4. Analisis Regresi Berganda	72
4.4.5. Uji Kelayakan Model	73
4.4.5.1. Uji F (Uji Simultan)	73
4.4.5.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74
4.4.5.3. Uji t (Uji Statistik Parsial)	75
4.5. Interpretasi Hasil	77
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	82
5.2. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	89