

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
<i>ABSTRAK</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.3.1. Tujuan Penelitian	10
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	11
1.4. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Landasan Teori	14
2.1.1. Pengertian Pemasaran	14
2.1.2. Pengertian Produk	14

2.1.3. Pengertian Merek	17
2.1.4. Loyalitas Merek	19
2.1.5. Kepercayaan Merek	23
2.1.6. Karakteristik Merek	25
2.1.6.1 Hubungan antara Karakteristik Merek dengan Loyalitas Merek	26
2.1.7. Karakteristik Perusahaan	27
2.1.7.1. Hubungan antara Karakteristik perusahaan dengan Loyalitas Merek	29
2.1.8. Karakteristik Konsumen-Merek	30
2.1.8.1. Hubungan antara Karakteristik Konsumen-Merek dengan Loyalitas Merek	32
2.2. Kerangka Pemikiran	33
2.3. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	35
3.1.1. Variabel Penelitian	35
3.1.2. Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya.....	36
3.2. Populasi dan Sampel	38
3.2.1. Populasi	38
3.2.2. Sampel.....	38
3.3. Jenis dan Sumber Data	41
3.4. Metode Pengumpulan Data	42

3.5. Metode Analisis Data	43
3.5.1. Analisis Kualitatif	43
3.5.1.1 Analisis Data Kuantitatif.....	43
3.5.1.2. Analisis Tabulasi Silang (Crosstab).....	45
3.5.2. Analisis Regresi	45
3.5.2.1 Uji Reliabilitas dan Validitas.....	47
3.5.2.1.1 Uji Reliabilitas.....	47
3.5.2.1.2 Uji Validitas	47
3.5.2.2 Uji Asumsi Klasik	48
3.5.2.2.1 Uji Multikolinearitas	48
3.5.2.2.2 Uji Heterokedastisitas	49
3.5.2.2.3 Uji Normalitas	50
3.5.2.2.3.1 Metode Grafik	50
3.5.2.2.3.2 Metode Statistik.....	50
3.5.2.3 Uji Hipotesis	51
3.5.2.3.1 Uji t.....	51
3.5.2.3.2 Uji F.....	52
3.5.2.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)	52
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	54
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	54
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	54
4.1.2 Gambaran Umum Produk.....	55
4.1.3 Gambaran Umum Responden	57

4.1.4	Responden Berdasarkan Usia	57
4.1.5	Responden Berdasarkan Jurusan	58
4.1.6	Responden Berdasarkan Uang Saku Tiap Bulan.....	59
4.2	Analisis Data	60
4.2.1	Analisis Data Deskriptif	60
4.2.1.1	Deskripsi Variabel Karakteristik Merek.....	61
4.2.1.2	Deskriptif Variabel karakteristik Perusahaan ...	62
4.2.1.3	Deskriptif Variabel Karakteristik-Merek.....	64
4.2.1.4	Deskriptif Variabel Loyalitas Merek.....	65
4.2.2	Analisis Data Kuantitatif	67
4.2.2.1	Uji Reliabilitas Instrumen.....	67
4.2.2.2	Uji Validitas.....	68
4.2.3	Analisis Regresi	69
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	70
4.2.4.1	Uji Multikolonieritask	70
4.2.4.2	Uji Heterokedastisitas.....	71
4.2.4.3	Uji Normalitas	72
4.2.4.4	Metode Statistik.....	74
4.2.5	Uji Hipotesis	75
4.2.5.1	Uji t.....	76
4.2.5.2	Uji F.....	78
4.2.5.3	Koefisien Determinasi	79
4.3	Pembahasan.....	80

BAB V	PENUTUP.....	82
5.1.	Kesimpulan.....	82
5.2.	Keterbatasan Penelitian	84
5.3.	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN		89