

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Sertifikasi	ii
Pengesahan Tesis	iii
<i>Abstract</i>	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Praktis	9
1.4.2 Manfaat Teoritis	9
1.5 Sistematika Penulisan	10

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Kepercayaan Merek	11
2.1.2 Citra Merek	13
2.1.3 Komunikasi Merek.....	15
2.1.4 Kepribadian Merek	17
2.2 Hubungan antar Variabel	17
2.2.1 Hubungan Komunikasi Merek dengan Citra Merek	17
2.2.2 Hubungan Citra Merek terhadap Kepribadian Merek.....	18
2.2.3 Hubungan Komunikasi Merek terhadap Kepercayaan Merek	19
2.2.4 Hubungan antara Komunikasi Merek dengan Kepercayaan Merek	19

2.2.5 Hubungan antara Kepribadian Merek terhadap Kepercayaan Merek	19
2.3 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
2.4 Hipotesis.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Sumber dan Jenis Data.....	24
3.2.1 Data Primer	24
3.2.2 Data Sekunder	24
3.3 Populasi.....	25
3.4 Sampel.....	25
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7 Teknik Analisis Data.....	28
3.7.1 Uji validitas dan Uji Reabilitas	28
3.7.2 Structural Equation Model (SEM).....	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.2 Gambaran Umum Responden	32
4.2.1 Klasifikasi Data Responden	33
4.2.2 Data responden berdasarkan jenis kelamin	33
4.2.3 Data responden berdasarkan usia	33
4.2.4 Data responden berdasarkan Pendidikan	34
4.2.5 Data responden berdasarkan pekerjaan	35
4.2.6 Data responden berdasarkan penghasilan	36
4.2.7 Pertanyaan terbuka terhadap responden.....	36
4.3 Hasil Analisis	39
4.3.1 Hasil analisis SEM	39

4.3.1.1 Analisis Standardized Regression Weight.....	39
4.3.1.2 Full model SEM.....	45
4.3.1.3 ASUMSI SEM.....	45
4.4 Pengujian SEM	49
4.5 Pengujian Hipotesis	50
4.5.1 Pembahasan Hipotesis	52
4.5.2 Pengaruh komunikasi merek terhadap kepercayaan merek melalui citra merek dan kepribadian merek.....	55
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan Hipotesis	57
5.2 Kesimpulan permasalahan penelitian.....	58
5.3 Implikasi Teoritis	61
5.4 Implikasi Menejerial	63
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	64
5.6 Agenda Penelitian Mendatang	64
 DAFTAR PUSTAKA	 66