

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
MOTTO	x
PERSEMBAHAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. <i>Costumer Loyalty</i>	10

2.1.2.	<i>Customer Trust</i>	12
2.1.3.	<i>Quality of Products</i> (Kualitas Produk).....	14
2.1.4.	<i>Brand Image</i> (citra merek).....	15
2.2.	Variabel-variabel penelitian dan Pengembangan hipotesis.....	17
2.2.1.	Pengaruh Kualitas Produk (<i>Quality of Product</i>) terhadap Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>) Air Minum dalam Kemasan AQUA di Kecamatan Genuk.....	17
2.2.2.	Pengaruh Citra Merek (<i>Brand Image</i>) terhadap Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>) Air Minum dalam Kemasan AQUA di Kecamatan Genuk.	18
2.2.3.	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>) Air Minum dalam Kemasan AQUA di Kecamatan Genuk.	19
2.2.4.	Pengaruh Kualitas Produk (<i>Quality of Product</i>) terhadap Kepercayaan Pelanggan (<i>Consumer Trust</i>) Air Minum Mineral Merek AQUA di Kecamatan Genuk.	20
2.2.5.	Pengaruh Citra Merek (<i>Brand Image</i>) terhadap Kepercayaan Pelanggan (<i>Consumer Trust</i>) Air Minum dalam Kemasan AQUA di Kecamatan Genuk.	20
2.3.	Model Empirik	21
BAB III METODE PENELITIAN.....		23
3.1.	Jenis dan Lokasi Penelitian	23
3.2.	Populasi dan Sampel	23
2.3.1.	Populasi.....	23
2.3.2.	Sampel.....	24
3.3.	Jenis dan Sumber Data	25
2.3.3.	Data Primer	25
2.3.4.	Data Sekunder	25
2.4.	Metode Pengumpulan Data	25
2.4.1.	Data Primer	25
2.4.2.	Data Sekunder	26
2.5.	Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
2.5.1.	Variabel Penelitian	27

2.5.2. Definisi Operasional dan Indikator	28
2.6. Teknik Analisis Data	29
2.6.1. Uji instrumen.....	29
2.6.2. Uji Path.....	30
2.6.3. Pengujian Hipotesis.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Hasil Penelitian	33
4.2. Statistik Deskriptif Responden.....	36
4.2.1. Statistik Deskriptif Responden <i>Quality of Product</i>	37
4.2.2. Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i>	38
4.2.3. Statistik Deskriptif <i>Costumer Trust</i>	39
4.2.4. Statistik Deskriptif Responden <i>Customer Loyalty</i>	39
4.3. Uji Instrumen.....	40
4.3.1. Uji Validitas	40
4.3.2. Uji Reliabilitas	41
4.4. Analisis Jalur	42
4.4.1. Uji t.....	45
4.4.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	48
4.4.3. Analisis Sobel.....	48
4.5. Pembahasan.....	51
4.5.1. Pengaruh <i>Quality of Product</i> Terhadap <i>Costumer Trust</i>	51
4.5.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Costumer Trust</i>	52
4.5.3. Pengaruh <i>Quality of Product</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	53
4.5.4. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	54
4.5.5. Pengaruh <i>Costumer Trust</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	55
4.5.6. Pengaruh <i>Quality of Product</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Costumer Trust</i>	56
4.5.7. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Costumer Trust</i>	58
BAB V PENUTUP.....	61
5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran.....	63

5.3. Keterbatasan Penelitian	64
5.4. Agenda Penelitian Yang Akan Datang.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1.	Variabel dan Indikator Penelitian	28
Tabel 4.1.	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2.	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.3.	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	35
Tabel 4.4.	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	36
Tabel 4.5.	Statistik Deskriptif <i>Quality of Product</i>	37
Tabel 4.6.	Statistik Deskriptif Responden <i>Brand Image</i>	38
Tabel 4.7.	Statistik Deskriptif Responden <i>Costumer Trust</i>	39
Tabel 4.8.	Statistik Deskriptif Responden <i>Customer Loyalty</i>	40
Tabel 4.9.	Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.10.	Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.11.	Rangkuman Analisis Jalur	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Teoritis	21
Gambar 4.1. <i>Path Analysis</i>	48
Gambar 4.2. Hasil Perhitungan Hubungan <i>Quality of Product</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Costumer Trust</i>	49
Gambar 4.3. Hasil Perhitungan Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Costumer Trust</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	70
Lampiran 2. Deskripsi Responden	73
Lampiran 3. Hasil Validitas dan Reliabilitas	78
Lampiran 4. Hasil Uji Regresi Persamaan I	81
Lampiran 5. Hasil Uji Regresi Persamaan II	83