

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	Error!
Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 <i>Brand Loyalty</i>	9
2.1.2 Keputusan Pembelian	10
2.1.3 <i>Brand Image</i>	12
2.1.4 <i>Brand Trust</i>	13
2.1.5 <i>Brand Reputation</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	17
2.3.1 Hubungan <i>Brand image</i> denganKeputusan Pembelian	17
2.3.2 Hubungan <i>Brand Trust</i> denganKeputusan Pembelian	18
2.3.3 Hubungan <i>Brand reputation</i> denganKeputusan Pembelian	19

2.3.4	Hubungan <i>Brand image</i> dengan <i>Brand Loyalty</i>	19
2.3.5	Hubungan <i>Brand Trust</i> dengan <i>Brand Loyalty</i>	20
2.3.6	Hubungan <i>Brand reputation</i> dengan <i>Brand Loyalty</i>	21
2.3.7	Hubungan Keputusan Pembelian dengan <i>Brand Loyalty</i>	21
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	22
BAB III	METODE PENELITIAN	24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Populasi dan Sampel	24
3.2.1.	Populasi	24
3.2.2.	Sampel	24
3.3	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	26
3.3.1	Sumber Data Primer	26
3.3.2	Sumber Data Sekunder	26
3.3.3	Metode Pengumpulan Data	26
3.4	Variabel dan Indikator	27
3.4.1	Variabel	27
3.4.2	Indikator	28
3.5	Teknik Analisis	29
3.5.1	Uji Validitas	29
3.5.1	Uji Reliabilitas	29
3.6	Uji Asumsi Klasik	30
3.6.1	Uji Multikolinieritas	30
3.6.4	Regresi Linier Berganda	31
3.7	Uji Hipotesis	32
3.7.1	Koefisien Determinasi (R^2)	33
3.7.2	Uji Sobel Tes	33
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Gambaran Umum Responden	38
4.1.1	Jenis Kelamin Responden	38
4.1.2	Usia Responden	38
4.2	Analisis Kualitatif	39
4.2.1	Variabel <i>Brand image</i> (X_1)	40

4.2.2	Variabel <i>Brand Trust</i> (X_2).....	41
4.2.3	Variabel <i>Brand Reputaion</i> (X_3).....	43
4.2.4	Variabel Keputusan Pembelian (Y_1)	45
4.2.5	Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Y_2)	46
4.3	Analisis Kuantitatif.....	49
4.3.1	Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	49
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	51
4.3.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
4.3.4	Koefisien Determinasi	57
4.4	Pembahasan	66
BAB V	PENUTUP	74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Implikasi Manajerial.....	76
5.3	Saran	77
5.4	Keterbatasan Penelitian	78
5.5	Agenda Yang Akan Datang.....	79
	DAFTAR PUSTAKA	80
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Tingkat Pebandingan Penjualan <i>Smartphone</i> Oppo dan Xiomi.....	5
Tabel 2. 1. Jurnal Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1. Definisi Oprasional Variabel	28
Tabel 4. 1. Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4. 2. Usia Responden.....	39
Tabel 4. 3. Pendapat Responden Terhadap Variabel <i>Brand image</i> (X_1).....	40
Tabel 4. 4. Pendapat Responden Terhadap Variabel <i>Brand Trust</i> (X_1).....	41
Tabel 4. 5. Pendapat Responden Terhadap Variabel <i>Brand reputation</i> (X_3).....	43
Tabel 4. 6. Pendapat Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y_1)	45
Tabel 4. 7. Pendapat Responden Terhadap Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Y_2)	47
Tabel 4. 8. Uji Validitas	49
Tabel 4. 9. Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 10. Normalitas Data	51
Tabel 4. 11. Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4. 12. Persamaan Regresi	55
Tabel 4. 13. Persamaan Regresi	56
Tabel 4. 14. Koefisien Determinasi	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Model Empirik	23
Gambar 3. 1. Analisi jalur 1	35
Gambar 3. 2. Analisis jalur 2	36
Gambar 3. 3. Analisis Jalur 3	36
Gambar 4. 1. Uji Heteroskedastisitas	54
Gambar 4. 2. Uji Sobel.....	62
Gambar 4. 3. Uji Sobel.....	63
Gambar 4. 4. Uji Sobel.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden	81
Lampiran 3. Hasil Analisis Data	85