

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRACT / ABSTRAKSI	xiii
INTISARI	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan teori	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2 Merek (<i>brand</i>)	11
2.1.3 Kepercayaan	15
2.1.4 Kinerja Pemasaran	21
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	23

2.2	Model Empirik	32
BAB III.	METODE PENELITIAN	
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Populasi dan Sampel	34
3.2.1	Populasi	34
3.2.2	Sampel	34
3.3	Sumber dan Metode Pengumpulan Data	35
3.3.1	Sumber Data	35
3.3.1.1	Data Primer	35
3.3.1.2	Data Sekunder	35
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	35
3.3.2.1	Data Primer	35
3.3.2.1.1	Wawancara	36
3.3.2.1.2	<i>Questioner</i>	36
3.3.2.2	Data Sekunder	36
3.4	Variabel dan Indikator	37
3.5	Teknik Analisis	39
3.5.1	Analisis Kualitatif	39
3.5.2	Analisis Kuantitatif	39
3.5.2.1	Uji Validitas	39
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	40
3.5.2.3	Asumsi Klasik	41

	3.5.2.3.1 Normalitas.....	41
	3.5.2.3.2 Multikolinearitas.....	41
	3.5.2.3.3 Heteroskedastisitas	42
	3.5.2.4 Path Analisis	43
	3.5.2.5 Koefisien Determinasi	44
	3.5.2.6 Pengujian Hipotesis	44
BAB IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Responden	45
4.1.1	Jenis Kelamin Responden	45
4.1.2	Usia Responden	46
4.1.3	Pendidikan Responden	47
4.2	Analisis Kualitatif.....	48
4.2.1	Variabel Merek (X1)	48
4.2.2	Variabel Kepercayaan (X2)	51
4.2.3	Variabel Kinerja Pemasaran (Y1)	55
4.2.4	Variabel Loyalitas Konsumen (Y2)	58
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	61
4.3.1	Uji validitas	61
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	62
4.4	Analisis Kuantitatif.....	63
4.4.1	Uji Asumsi Klasik	63
	4.4.1.1 Normalitas	64
	4.4.1.2 Heteroskedastisitas.....	65

4.4.1.3 Multikolinearitas	66
4.4.2 Analisis Regresi Berganda	67
4.4.3 Pengujian Hipotesis	69
4.4.4 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	73
4.5 Pembahasan	74
4.5.1 Pengaruh Merek Terhadap Kinerja Pemasaran	74
4.5.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kinerja Pemasaran....	75
4.5.3 Pengaruh Kinerja Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen	76
4.5.4 Pengaruh Merek Terhadap Loyalitas Konsumen	77
4.5.5 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen.	79
4.5.6 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	80
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN