

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Perilaku Konsumen	10
2.1.3 Merek	12
2.1.4 Brand Image (Citra Merek).....	13

2.1.5	Brand Trust (Kepercayaan Merek).....	16
2.1.6	Keputusan Pembelian.....	27
2.1.7	Loyalitas Merek	30
2.2	Penelitian Terdahulu	34
2.3	Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	36
2.3.1	Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian	36
2.3.2	Pengaruh brand trust terhadap keputusan pembelian.....	37
2.3.3	Pengaruh brand image terhadap brand loyalty.....	38
2.3.4	Pengaruh brand trust terhadap brand loyalty	39
2.3.5	Pengaruh keputusan pembelian terhadap brand trust.....	40
2.4	Kerangka Pemikiran.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	42
3.2	Populasi dan Penentuan Sampel	42
3.2.1	Populasi.....	42
3.2.2	Sampel.....	42
3.3	Sumber Data dan Pengumpulan Data	43
3.3.1	Sumber Data.....	43
3.3.2	Metode Pengumpulan Data.....	43
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.5	Pengujian kualitas data	46
3.6	Uji asumsi klasik.....	47
3.7	Metode Analisis Data.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	53
4.1.1	Karakteristik Responden.....	53
4.1.2	Uji Kualitas Data.....	55
4.1.3	Deskripsi Variabel Penelitian	56
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	60
4.2	Hasil Penelitian	63
4.2.1	Persamaan regresi.....	63
4.2.2	Pengujian hipotesis	65
4.2.3	Uji kebaikan model.....	70
4.3	Pembahasan.....	72

BAB VI PENUTUP

5.1	Kesimpulan	81
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	82
5.3	Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN