

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat mengajukan Skripsi ini dengan judul **:PENGARUH CITRA MEREK,KEPERCAYAAN MEREK,DAN EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK**ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.

Dalam kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan selama penyusunan Skripsi ini kepada :

1. Dr. H. Moch Zulfa, MM Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan kesabaran sehingga penulisan Pra Skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Ibu Dra. Hj. Alifah Ratnawati, MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Drs. Agus Wachjutomo.Msi Selaku Dosen Wali.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam sultan Agung Semarang yang telah memberika bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Keluarga tercinta : Bapak, Ibu dan Saudara yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dan memberi nasehat-nasehat yang membuat saya lebih semangat untuk menyelesaikan tulisan ini.

7. Sahabat-sahabatku fakultas ekonomi manajemen angkatan 2012, terima kasih atas bantuannya selama ini dan memberi semangat kepada saya untuk menyelesaikan tulisan ini.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungannya.

Semoga Allah berkenan membalas budi baik bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan, petunjuk, dan bimbingan kepada penulis, sehingga tersusun skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga hasil penulisan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Semarang, 02 juni 2016

Penulis,

Yufli Bayu Pramodo

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.3.1. Tujuan Penelitian	8
1.3.2. Kegunaan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1.Landasan Teori.....	10
2.1.1. Teori Strategi Merek	10
2.1.1.1 Definisi Merek	10
2.1.1.2. Merencanakan Strategi Penetapan Merek	11
2.1.2. Loyalitas Merek.....	13
2.1.3. Citra Merek.....	14
2.1.4. Kepercayaan Merek.....	15
2.1.5. Ekuitas Merek.....	16
2.2. Hubungan Logis Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis...	19
2.2.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	19

2.2.2.	Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	20
2.2.3.	Pengaruh Brand Equity terhadap <i>Brand Loyalty</i>	21
2.3.	Penelitian Terdahulu	22
2.4.	Kerangka Pemikiran Teoritis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....		24
3.1.	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	25
3.2.	Obyek Penelitian, Unit Sampel, Populasi, Sampel.....	26
3.2.1.	Obyek Penelitian dan Unit Sampel	26
3.2.2.	Penentuan Populasi dan Sampel.....	26
3.3.	Jenis dan Sumber Data	27
3.4.	Metode Pengumpulan Data	28
3.5.	Metode Analisis Data.....	29
3.5.1.	Analisis Data Deskriptif.....	29
3.5.2.	Analisis Data Kuantitatif.....	30
3.5.3.	Uji Validitas dan Reabilitas	31
3.5.4.	Uji Asumsi Klasik.....	32
3.5.4.1.	Uji Normalitas	32
3.5.4.2.	Uji Multikolinieritas	32
3.5.4.3.	Uji Heteroskedastisitas	33
3.5.5.	Analisis Regresi Linier Berganda	33
3.5.6.	Pengujian Hipotesis.....	33
3.5.6.1.	Uji t.....	33
3.5.6.2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1.	Gambaran Umum Responden.....	36
4.1.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	36
4.1.2.	Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.1.3.	Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.	38
4.2.	Analisis Data.....	39

4.2.1. Analisa Deskripsi	39
4.2.1.1. Deskripsi Variabel Citra Merek.....	39
4.2.1.2. Deskripsi Variabel Kepercayaan Merek.....	41
4.2.1.3. Deskripsi Variabel Ekuitas Merek.....	42
4.2.1.4. Deskripsi Variabel Loyalitas Merek.....	44
4.3. Pengujian Instrumen Penelitian	46
4.3.1. Uji Validitas	46
4.3.2. Uji Reliabilitas	46
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	47
4.4.1. Uji Normalitas	47
4.4.2. Uji Multikolinieritas.....	48
4.4.3. Uji Heterokedastisitas..	49
4.4.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.4.5. Uji t.....	52
4.4.6. Koefisien Determinasi (R^2).....	53
4.5. Pembahasan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1. kesimpulan.....	57
5.2. Saran	58
5.3. Keterbatasan Penelitian	59
5.4. Agenda Penelitian Mendatang.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
KUESIONER PENELITIAN.....	62