

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah	4
3. Tujuan Penelitian	5
4. Manfaat Penelitian	6
II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Loyalitas	7
2.2 Kepercayaan	15
2.3 Citra Merek.....	19
2.4 Komunikasi	21
2.5 Perumusan Hipotesis Dan Kerangka Pikir	24

2.5.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan	24
2.5.2 Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepercayaan	25
2.5.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas	26
2.5.4 Pengaruh Komunikasi Terhadap Loyalitas	26
2.5.5 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas	27

III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.3 Jenis dan Sumber Data	30
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	31
3.6 Metode Analisis Data.....	33
3.6.1 Analisis Kualitatif	33
3.6.2 Analisis Kuantitatif	33

IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden	40
4.1.1 Jenis Kelamin	40
4.1.2 Umur Responden	41
4.1.3 Tingkat Pendidikan	41
4.1.4 Pekerjaan Responden	42
4.2 Analisis Kualitatif	43
4.2.1 Citra Merek	44
4.2.2 Komunikasi	45
4.2.3 Kepercayaan	47
4.2.4 Loyalitas Konsumen	49
4.3 Analisis Kuantitatif	50
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas.....	52

4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	53
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	54
4.3.4 Path Analysis	58
4.3.5 Koefisien Determinasi	59
4.3.6 Pengujian Hipotesis	61
4.3.7 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	63
4.4 Pembahasan dan Implikasi Manajerial	65
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan	65
4.4.2 Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepercayaan	67
4.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	68
4.4.4 Pengaruh Komunikasi Terhadap Loyalitas Pelanggan	69
4.4.5 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan ..	70
4.4.6 Penjelasan Variabel Intervening	70
V PENUTUP	
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Penjualan CV. Mataram Sakti	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional	32
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4.2 Umur Responden	41
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Responden	42
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	43
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel Citra Merek.....	44
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Komunikasi.....	46
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan	48
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen.....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.12 <i>Path Analysis</i>	58
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi.....	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	28
Gambar 4.1 Uji Normalitas Data	55
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	59
Gambar 4.3 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan	53
Gambar 4.4 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Komunikasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1	
Kuesioner	79
Daftar kuesioner	80
LAMPIRAN 2	
Tabulasi jawaban responden	83
LAMPIRAN 3	
Uji validitas dan reliabilitas (X1)	86
Uji validitas dan reliabilitas (X2)	87
Uji validitas dan reliabilitas (Y)	88
Uji validitas dan reliabilitas (Z)	89
LAMPIRAN 4	
Uji asumsi klasik	90
LAMPIRAN 5	
Regression 1	92
Regression 2	93