

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>I</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN PENDADARAN .....</b>	<b>II</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>III</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>IV</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XV</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XVI</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XVII</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>XVIII</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>XIX</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<i>1.1 Latar Belakang .....</i>	<i>1</i>
<i>1.2 Rumusan Masalah.....</i>	<i>7</i>
<i>1.3 Pertanyaan Penelitian .....</i>	<i>7</i>
<i>1.4 Tujuan Penelitian.....</i>	<i>8</i>
<i>1.5 Manfaat Penelitian .....</i>	<i>9</i>
<b>BAB II .....</b>	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
<i>2.1 Merek.....</i>	<i>10</i>
<i>2.1.1 Peran Merek .....</i>	<i>10</i>

2.1.2 Kompetensi Merek .....	11
2.1.3 Kesukaan Merek .....	11
2.1.4 Prediktabilitas Merek .....	12
2.1.5 Reputasi Merek .....	12
2.1.6 Kepercayaan pada Ritel.....	13
2.2 Merek Toko .....	13
2.2.1 Kepercayaan pada Merek Toko.....	13
2.2.2 Loyalitas pada Merek Toko .....	14
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	15
2.3.1 Hubungan Antara Kompetensi Merek dan Kepercayaan pada Merek Toko .....	15
2.3.2 Hubungan Antara Kesukaan Merek dan Kepercayaan pada Merek Toko .....	15
2.3.3 Hubungan Antara Prediktabilitas Merek dan Kepercayaan pada Merek Toko .....	16
2.3.4 Hubungan Antara Reputasi Merek dan Kepercayaan pada Merek Toko .....	16
2.3.5 Hubungan Antara Kepercayaan pada Perusahaa dan Kepercayaan pada Merek Toko .....	17
2.3.6 Hubungan Antara Kepercayaan pada Merek Toko dan Loyalitas pada Merek Toko .....	17
2.4 Model Peneltian.....	18
<b>BAB 3.....</b>	<b>19</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
3.1 Desain Penelitian.....	19
3.2 Populasi .....	19
3.2.1 Metode Pengumpulan Sampel .....	20
3.2.2 Ukuran Sampel .....	20
3.3 Objek Penelitian .....	21
3.4 Instrumen Penelitian.....	21

3.5 Definisi Operasional Variabel.....	21
3.5.1 Kompetensi Merek .....	22
3.5.2 Kesukaan Merek .....	23
3.5.3 Prediktabilitas Merek .....	23
3.5.4 Reputasi Merek .....	24
3.5.5 Kepercayaan pada Ritel.....	25
3.5.6 Kepercayaan pada Merek Toko.....	26
3.5.7 Loyalitas pada Merek Toko .....	26
3.6 Uji Instrumen .....	28
3.6.1 Uji Validitas.....	28
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.7 Teknik Analisis Data.....	31
3.7.1 Metode Analisis.....	31
3.7.2 Asumsi Klasik Dalam Analisis Data.....	31
3.7.2.1 Uji Multikolinearitas .....	32
3.7.3 Pengembangan Formula Regresi .....	32
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	33
<b>BAB 4.....</b>	<b>34</b>
<b>ANALISIS DATA.....</b>	<b>34</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	34
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	35
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Tempat Belanja .....	35
4.2 Statistik Deskriptif.....	36
4.3 Uji Multikolinearitas .....	37
4.4 Uji Regresi.....	38
4.4.1 Uji F.....	38
4.4.1.1 Hasil regresi pengaruh variabel kompetensi merek pada kepercayaan pada merek toko.....	40

4.4.1.2 Hasil regresi pengaruh variabel kesukaan merek pada kepercayaan pada merek toko.....	40
4.4.1.3 Hasil regresi pengaruh variabel prediktabilitas merek pada kepercayaan pada merek toko .....	41
4.4.1.4 Hasil regresi pengaruh variabel reputasi merek pada kepercayaan pada merek toko.....	41
4.4.1.5 Hasil regresi pengaruh variabel kepercayaan pada ritel pada kepercayaan pada merek toko .....	41
4.4.2 Uji t .....	42
4.4.2.1 Hasil regresi pengaruh variabel kepercayaan pada merek toko pada loyalitas pada merek toko .....	42
4.5 Pembahasan Hipotesis.....	42
4.5.1 Hipotesis Satu (H1).....	43
4.5.2 Hipotesis Dua (H2).....	44
4.5.3 Hipotesis Tiga (H3) .....	44
4.5.4 Hipotesis Empat (H4) .....	45
4.5.5 Hipotesis Lima (H5).....	46
4.5.6 Hipotesis Enam (H6) .....	46
4.6 Hasil Regresi pada Model .....	47
<b>BAB 5.....</b>	<b>49</b>
<b>KESIMPULAN.....</b>	<b>49</b>
5.1 Kesimpulan .....	49
5.2 Implikasi Manajerial.....	50
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	51
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
LAMPIRAN .....	55
Lampiran 2 – Hasil Pengujian Data.....	62