

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
INTISARI	iii
ABSTRACT.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah..	5
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Batasan Penelitian	7
1.5 Mamfaat Penelitian..	8
BAB II RERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Pengertian Merek...	9
2.2Loyalitas Merek	10
2.3 Pengalaman Merek.....	13
2.3.1 Hubungan Pengalaman Merek dengan Kepercayaan Merek	15
2.3.2 Hubungan Pengalaman Merek dengan Kepuasan merek.....	16
2.3.3 Hubungan Pengalaman Merek dengan Loyalitas merek	17
n	
2.4 Kepuasan Merek.....	18
2.4.1 Hubungan Kepuasan Merek dengan Kepercayaan merek	21
2.4.2 Hubungan Kepuasan Merek dengan Loyalitas merek	23
2.5Kepercayaan Merek	24
2.6 Penelitian Sebelumnya.....	26
2.1Kerangka Pemikiran Teoritis	29
BAB III METODA PENELITIAN	
3.1Strategi Riset	31

3.2 Desain Penentuan sampel.....	31
3.2.1 Metode Pengambilan Sampel.....	32
3.2.2 Ukuran Sampel.....	32
3.2.3 Lokasi Riset.....	33
3.3 Metode Pengambilan Data.....	34
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.4.1 Pengalaman Merek.....	35
3.4.2 Kepuasan Merek.....	36
3.4.3 Kepercayaan Merek.....	36
3.4.4 Loyalitas Merek.....	36
3.5 Uji Instrumen Penelitian.....	38
3.5.1 Uji Validitas.....	38
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.6 Metoda Analisis.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Statistik Deskriptif Responden.....	51
4.2 Uji Normalitas.....	54
4.3 Hasil Pengukuran Variabel Laten.....	56
4.3.1 Pengalaman Akan Merek.....	56
4.3.2 Kepuasan Akan Merek.....	56
4.3.3 Kepercayaan Akan Merek.....	56
4.3.4 Loyalitas Merek.....	56
4.4 Deskripsi Data Penelitian.....	63
4.5 Hasil Analisis Data Penelitian.....	66
4.5.1 Kesesuain Model.....	67
4.6 Pengujian Hipotesis.....	69
4.6.1 Pengujian Hipotesis 1: Pengaruh Pengalaman Merek Pada Kepercayaan akan Merek.....	69
4.6.2 Pengujian Hipotesis 2: Pengaruh Pengalaman Akan Merek Pada Kepuasan akan Merek.....	71

4.6.3 Pengujian Hipotesis 3: Pengaruh Pengalaman Akan Merek Pada Loyalitas Merek	72
4.6.4 Pengujian Hipotesis 4: Pengaruh Pengalaman Merek Pada Kepercayaan akan Merek	74
4.6.5 Pengujian Hipotesis 5: Pengaruh Pengalaman Merek Pada Kepercayaan akan Merek	78
4.6.6 Pengujian Hipotesis 6: Pengaruh Pengalaman Merek Pada Kepercayaan akan Merek	79
4.7 Hasil Uji Struktural	77
4.8 Hasil Pengujian Hipotesis	56
BAB V Kesimpulan Dan Saran	
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Implikasi	85
5.3 Keterbatasan Penelitian	85
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tujuan Pengukuran Kinerja <i>Supply Chain</i>	21
Tabel 3.1	Data Awal Responden	38
Tabel 3.2	Jumlah Responden dan Kuesioner	41
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Makanan	50
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Beroperasi.....	51
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pemasok	52
Tabel 4.4	KMO dan Bartlet Test.....	53
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Analisis Regresi	60
Tabel 4.10	Kesimpulan Pengujian Hipotesis	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alir <i>Supply Chain</i> Pada Industri Rumah Makan/Restoran.....	20
Gambar 2.2 Pengukuran Kinerja <i>Supply Chain</i>	22
Gambar 2.3 Model Penelitian terdahulu	35
Gambar 2.4 Model Penelitian Terdahulu	36
Gambar 2.5 Model Penelitian	37
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian	49
Gambar 4.1 Uji Normalitas	58