

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Halaman Persembahan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Abstract	xi
Intisari.....	xii
 BAB I: PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Lingkup Penelitian.....	5
1.6. Sistematika Penulisan	6
 BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pengertian Merek.....	7
2.1.2. Peran dan Kegunaan Merek.....	8
2.1.3. Brand Equity (Ekuitas Merek)	9
2.1.4. Loyalitas Merek	14
2.1.5. Loyalitas Konsumen	15
2.1.6. Sikap (Attitude)	18
2.1.7. Kepercayaan terhadap Merek	20
2.1.8. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek.....	20
2.2. Hipotesis	23
 BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	27
3.2. Metode Pengambilan Sampel	27
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4. Pengukuran Variabel Penelitian	28
3.5. Uji Instrumen	29
3.5.1. Uji Validitas.....	29



3.5.2. Uji Reliabilitas	29
3.6. Uji Asumsi Klasik.....	30
3.6.1. Uji Heterokedastisitas	30
3.6.2. Uji Multikolinieritas	31
3.7. Metode Analisis Data	22
3.8. Definisi Variabel Operasional	33
3.9. Pengujian Hipotesis	38
BAB IV: ANALISIS DATA	
4.1. Deskripsi Penelitian	40
4.2. Karakteristik Responden.....	40
4.3. Uji Instrumen	43
4.3.1. Uji Validitas.....	43
4.3.2. Uji Reliabilitas	44
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	46
4.4.1. Uji Heterokedastisitas	46
4.4.2. Uji Multikolinieritas	47
4.5. Uji Regresi Linear.....	48
4.6. Uji Hipotesis	50
4.7. Pembahasan	61
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	65
5.2. Implikasi Manajerial	66
5.3. Saran	68
5.3.1. Saran bagi Praktisi	68
5.3.2. Saran bagi Penelitian Berikutnya.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	41
Tabel 4.2.....	41
Tabel 4.3	42
Tabel 4.4	43
Tabel 4.5	44
Tabel 4.6	46
Tabel 4.7	47
Tabel 4.8	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	10
Gambar 2.2	11
Gambar 2.3	17
Gambar 2.4	19
Gambar 2.5	23