

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH .....	vi
ABSTRAKSI .....	vii
ABSTRACT .....	xiii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Pemasaran .....	14
B. Pengertian Manajemen pemasaran.....	15
C. <i>Brand Community</i> .....	16

D. Karakteristik Yang Mendorong Terbentuknya <i>Brand Community</i> .....	20
E. Pengaruh <i>Brand Community</i> Terhadap Brand Trust .....	21
F. Kepercayaan Merek ( <i>Brand Trust</i> ) .....	27
G. Jenis-Jenis Kepercayaan ( <i>Trust</i> ).....	28
H. Penelitian Terdahulu .....	30
I. Pengembangan Hipotesis .....	34
J. Model Penelitian .....	39

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	40
B. Ruang Lingkup Penelitian .....	40
C. Populasi dan Sampel.....	41
D. Metode Pengumpulan Data.....	42
E. Sumber Data Penelitian .....	43
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	43
G. Teknik Analisis Data .....	48

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Karakteristik Responden.....	54
B. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
1. Uji Validitas.....	57
2. Uji Reliabilitas .....	58
C. Analisis Deskriptif .....	59
D. Uji Asumsi Klasik .....	65
1. Uji Normalitas .....	65
2. Uji Multikolinieritas .....	65
3. Uji Heteroskedastisitas .....	66
E. Pengujian Hipotesis dan Model Regresi Berganda .....	67
1. Analisis Regresi Berganda.....	67
2. Uji t.....	68
3. Uji F.....	71
4. Koefisien Determinasi .....	72
F. Pembahasan .....	73

**BAB V PENUTUP**

A. Simpulan .....	76
B. Implikasi Manajerial .....	77
C. Keterbatasan .....	78
D. Saran.....	79

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Data Penjualan Motor .....	6
Table 1.2 : Data Penjualan Motor .....	7
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 4.1 : Usia Responden .....	58
Tabel 4.2 : Jenis Kelamin Responden .....	59
Tabel 4.3 : Pekerjaan Responden .....	59
Tabel 4.4 : Penghasilan Responden .....	60
Tabel 4.5 : Responden Berdasarkan Tahun Masuk Club .....	61
Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas .....	61
Tabel 4.7 : Hasil Uji Reabilitas .....	61
Tabel 4.8 : Hasil Perhitungan Rata-rata Variabel <i>Customer-Product</i> .....	63
Tabel 4.9 : Hasil Perhitungan Rata-rata Variabel <i>Customer-Brand</i> .....	64
Tabel 4.10 : Hasil Perhitungan Rata-rata Variabel <i>Customer-Company</i> .....	65
Tabel 4.11 : Hasil Perhitungan Rata-rata Variabel <i>Customer-Other Customer</i> .....	66
Tabel 4.12 : Hasil Perhitungan Rata-rata Variabel Kepercayaan Merek .....	67
Tabel 4.13 : Hasil Uji Normalitas .....	69
Tabel 4.14 : Hasil Uji Multikolinieritas .....	69
Tabel 4.15 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	70
Tabel 4.16 : Hasil Uji Analisis Berganda .....	71
Tabel 4.17 : Hasil Uji t.....	73
Tabel 4.18 : Hasil Uji f.....	74
Tabel 4.19 : Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 : Model Penelitian .....	44
-------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi Kuesioner
- Lampiran 3 : Output SPSS Profil Responden
- Lampiran 4 : Output SPSS Uji Validitas
- Lampiran 5 : Output SPSS Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Output SPSS Uji Normalitas
- Lampiran 7 : Output SPSS Uji Multikolinieritas
- Lampiran 8 : Output SPSS Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 9 : Output Analisis Deskriptif
- Lampiran 10 : Output SPSS Analisis Regresi Berganda
- Lampiran 11 : Output SPSS Uji t
- Lampiran 12 : Output SPSS uji F
- Lampiran 13 : Output Koefisien Determinasi R
- Lampiran 14 : Kartu Bimbingan