

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Hipotesis	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Metodologi Penelitian	8
1. Jenis Penelitian	8
2. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	8

a. Populasi	8
b. Teknik Pengambilan sampel	8
3. Jenis Data Penelitian	10
4. Teknik Pengumpulan Data	10
5. Teknik Analisis Data	11
G Sistematika Penulisan	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Merek	15
B. Kepercayaan Merek	18
C. Loyalitas Merek	27
D. Manfaat Loyalitas	28
E. Tingkatan Loyalitas Merek	29
F. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek..	32
G. Peranan Merek	33
H. Ciri- Ciri Merek yang Efektif	34
I. Ekuitas Merek	36
J. Perilaku Merek	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	38
B. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	
1. Populasi	38

2. Teknik Pengambilan Sampel	38
C. Jenis Data Penelitian	
1. Data Primer	39
2. Data Sekunder.....	39
D. Teknik Pengumpulan Data	40
E. Uji Validitas dan Uji Realibilitas	
1. Uji Validitas	40
2. Uji Realibilitas	40
F. Teknik Analisis Data	
1. Teknik Analisis Kualitatif	41
2. Teknik Analisis Kuantitatif	41
a. Uji F	42
b. Uji T	43

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Prosedur Analisis	44
B. Analisis Identitas Responden	
1. Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	45
2. Profil responden berdasarkan usia	46
3. Profil responden berdasarkan pendidikan terakhir	47
4. Profil responden berdasarkan pihak yang mempengaruhi proses pembelian.....	48

C. Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Realibilitas	
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	50
D. Analisis Deskriptif Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Merek Pelanggan, dan Loyalitas Merek	51
E. Analisis Regresi Berganda	
1. Uji Variabel Secara Serentak.....	55
2. Uji Variabel Secara Parsial.....	56
3. Uji Determinasi	58

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	59
B. Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengguna Blackberry	3
Tabel 1.2	TOP Brand Index Smartphone Tahun 2011	4
Tabel 4.1	Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2	Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3	Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.4	Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Pihak Yang Mempengaruhi Dalam Pembelian	47
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas N=100.....	48
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.7	Rekapitulasi Jawaban Responden.....	50
Tabel 4.8	Hasil Uji F.....	54
Tabel 4.9	Hasil Uji T.....	55
Tabel 4.10	Uji Determinasi	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model dari Brand Trust dan Brand Loyalty	20
Gambar 2.2	Piramida Loyalitas	30