

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	16
1.1.1 Visi dan Misi	17
1.2 Latar Belakang.....	17
1.3 Perumusan Masalah.....	25
1.4 Pertanyaan Penelitian	25
1.5 Tujuan Penelitian.....	26
1.6 Manfaat Penelitian.....	26
1.6.1 Manfaat Teoritis	26
1.6.2 Manfaat Praktis	26
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	28
2.1 Tinjauan Pustaka	28

2.1.1	Definisi Manajemen Pemasaran.....	28
2.1.2	Merek	28
2.1.3	Komunikasi Merek (<i>Brand Communication</i>).....	29
2.1.4	Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	30
2.1.5	Dimensi Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	31
2.1.6	Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	31
2.1.7	Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>).....	32
2.1.8	Hubungan antara Komunikasi Merek dan Citra Merek.....	33
2.1.9	Hubungan antara Komunikasi Merek dan Kepercayaan Merek	34
2.1.10	Hubungan antara Citra Merek dan Kepercayaan Merek.....	34
2.1.11	Hubungan antara Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek.....	34
2.1.12	<i>Smartphone</i>	35
2.2	Penelitian Terdahulu.....	36
2.3	Kerangka Pemikiran	41
2.4	Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN.....		43
3.1	Jenis Penelitian	43
3.2	Operasional Variabel	44
3.2.1	Skala pengukuran	50
3.3	Populasi dan sampel	50
3.3.1	Populasi	50
3.3.2	Sampel.....	51
3.4	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	52
3.4.1	Pengumpulan Data	52
3.4.2	Sumber Data.....	52

3.5	Validitas dan Reliabilitas.....	53
3.5.1	Uji Validitas	53
3.5.2	Uji Reliabilitas	54
3.6	Teknik Analisis Data	55
3.6.1	Analisis Deskriptif	55
3.6.2	Metode Struktural (<i>inner model</i>).....	56
3.6.3	Model Pengukuran (<i>outer model</i>)	56
3.6.4	Uji Hipotesis.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
	<i>Screening Question</i>	58
4.1	Karakteristik Responden	58
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Asal.....	58
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Perbulan	61
4.2	Analisis Deskriptif	61
4.3	Analisis Data	67
4.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	67
4.3.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	72
4.3.3	<i>Path Coeficient</i>	75
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		78

5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran.....	78
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	78
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	86
LAMPIRAN II HASIL RESPONDEN	89
LAMPIRAN III HASIL DATA INTERVAL.....	116