

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Aspek Praktis.....	11
1.4.2 Aspek Teoritis.....	11
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Rangkuman Teori.....	14
2.1.1 Brand Image.....	14
2.1.2 Indikator Penilaian Brand Image.....	14
2.1.3 Brand Trust.....	15
2.1.4 Indikator Penilaian Brand Trust.....	16

2.1.5 Brand Loyalty.....	16
2.1.6 Indikator Penilaian Brand Loyalty.....	17
2.1.7 Hubungan antara Brand Image dan Brand Trust terhadap Brand loyalty.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2.1 Jurnal Nasional.....	18
2.2.2 Jurnal Internasional.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2.1 Operasional Variabel.....	37
3.2.2 Skala Pengukuran.....	46
3.2.3 Tahapan Penelitian.....	47
3.3 Populasi dan Sampel.....	48
3.3.1 Populasi.....	48
3.3.2 Sampel.....	48
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
3.5.1 Uji Validitas.....	50
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	53
3.6 Teknik Analisis Data.....	55
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	55
3.6.2 Metode Suksesif Interval (MSI).....	57
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.6.4 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	59
3.6.5 Uji Hipotesis.....	60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Pengumpulan Data.....	62
4.2 Karakteristik Responden.....	62
4.2.1 Analisis Screening Question.....	62
4.2.2 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden.....	64
4.2.3 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	66
4.2.4 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian Produk Kopi Kenangan Selama Satu Bulan.....	66
4.2.5 Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Persepsi Terhadap Harga Produk Kopi Kenangan.....	67
4.3 Hasil Penelitian.....	67
4.3.1 Analisis Tanggapan Responden.....	67
4.4 Method Of Successive Interval (MSI).....	91
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	92
4.5.1 Uji Normalitas.....	92
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	93
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	93
4.6 Uji Koefisien Determinasi.....	94
4.7 Uji Regresi Linear Berganda.....	95
4.8 Uji Hipotesis.....	96
4.8.1 Uji T (Parsial).....	96
4.8.2 Uji F (Simultan).....	97
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	98
4.9.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Brand Image (X1).....	98
4.9.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Brand Trust (X2).....	99
4.9.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Brand Loyalty (Y).....	100
4.9.4 Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty Pada Brand Kopi Kenangan.....	101

4.9.5 Pengaruh Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Brand Kopi Kenangan.....	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1 Kesimpulan.....	103
5.1.1 Brand Image Berpengaruh Terhadap Brand Loyalty.....	103
5.1.2 Brand Trust Berpengaruh Terhadap Brand Loyalty.....	103
5.1.3 Brand Image dan Brand Trust Berpengaruh Terhadap Brand Loyalty.....	103
5.2 Saran.....	104
5.2.1 Saran Praktis.....	104
5.2.2 Saran Teoritis.....	104
Daftar Pustaka.....	105
Lampiran.....	110