

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
2.1. Landasan Teori.....	16
2.2 Variabel Penelitian.....	17
2.2.1 Citra Merek.....	17
2.2.2 Pengalaman Merek.....	20
2.2.3 Kepercayaan Merek.....	25
2.2.4 Loyalitas Merek.....	30
2.3 Hubungan antar Variabel.....	32
2.3.1 Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Merek .....	32
2.3.2 Hubungan Citra Merek dengan Kepercayaan Merek .....	33
2.3.3 Hubungan Kepercayaan Merek dengan Loyalitas Merek .....	34
2.3.4 Hubungan Pengalaman Merek dengan Loyalitas Merek.....	35
2.3.5 Hubungan Pengalaman Merek dengan Kepercayaan Merek.....	36
2.4 Penelitian Terdahulu .....	36
2.5 Kerangka Pemikiran Teoretis.....	38
2.6 Hipotesis Penelitian.....	39

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	40
3.1.1 Variabel Penelitian .....	40
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	41
3.2 Populasi dan Sampel .....	43
3.2.1 Populasi .....	43
3.2.2 Sampel .....	43
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	44
3.3.1 Data Primer .....	44
3.3.2 Data Sekunder .....	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.4.1 Kuesioner .....	44
3.5 Teknik Analisis Data .....	46
3.5.1 Analisis Kuantitatif .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian .....	54
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	54
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	55
4.1.3 Identitas Diri Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
4.1.4 Identitas Diri Responden Berdasarkan Umur .....	57
4.1.5 Identitas Diri Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Umur .....	58
4.1.6 Identitas Diri Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
4.1.7 Identitas Diri Responden Berdasarkan Kecamatan Domisili .....	60
4.1.8 Identitas Diri Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan .....	61
4.1.9 Identitas Diri Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Produk .....	62
4.2 Hasil Analisis Data .....	63
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian .....	63
4.2.2 Analisis <i>Structural Model Equation</i> (SEM) .....	64
4.2.3 Asumsi-asumsi SEM .....	87
4.2.4 Pengujian Hipotesis .....	93
4.2.5 Uji <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect Effect</i> , dan <i>Total Effect</i> .....	98
4.3 Pembahasan .....	100
4.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek .....	100
4.3.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Merek .....	102

4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek .....	104
4.3.4 Pengaruh Pengalaman Merek terhadap Loyalitas Merek .....	106
4.3.5 Pengaruh Pengalaman Merek terhadap Kepercayaan Merek .....	108
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>111</b>
5.1 Kesimpulan .....	111
5.2 Implikasi Teoretis.....	113
5.3 Implikasi Manajerial .....	114
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	116
5.5 Saran Penelitian Mendatang.....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>118</b>
<b>LAMPIRAN A</b> .....	<b>122</b>
<b>LAMPIRAN B</b> .....	<b>129</b>
<b>LAMPIRAN C</b> .....	<b>137</b>
<b>LAMPIRAN D</b> .....	<b>142</b>



**FEB UNDIP**