

DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORSINILITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2 Kegunaan Teoritis.....	13
1.4 Sistematika Penelitian.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 S-O-R Theory.....	15

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	54
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.2 Gambaran Umum Responden	55
4.2 Analisis Data	59
4.2.1 Uji Validitas	59
4.2.2 Uji Reliabilitas	61
4.3 Interpretasi Hasil	81
4.3.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Customer engagement	81
4.3.2 Pengaruh Brand Trust Terhadap Customer engagement	82
4.3.3 Pengaruh Customer Engagement Terhadap Repurchase intention	83
4.3.4 Pengaruh Brand Image terhadap <i>Repurchase intention</i>	83
4.3.5 Pengaruh Brand Trust Terhadap Repurchase intention	84
4.3.6 Pengaruh Customer Engagement terhadap Brand Image serta Repurchase Intention	85
4.3.7 Pengaruh Customer Engagement terhadap Brand Trust serta Repurchase Intention	86
BAB V PENUTUP	87
5.1 Kesimpulan Masalah Penelitian	87
5.2 Implikasi Teoritis	89
5.3 Implikasi Manajerial	94
5.4 Keterbatasan Penelitian	100
5.5 Saran Penelitian	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	112