

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
1.5. Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Citra Merek.....	16
2.1.2 Pemasaran Pengalaman	18
2.1.3 Kesadaran Merek.....	23
2.1.4 Kepercayaan Merek.....	25
2.1.5 Keputusan Pembelian	26
2.2 Hubungan Antar Variabel	28
2.2.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Merek.....	28
2.2.2 Pengaruh Pemasaran Pengalaman terhadap Kepercayaan Merek	29
2.2.3 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Kepercayaan Merek.....	30
2.2.4 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3 Penelitian Terdahulu	33
2.4 Kerangka Pemikiran.....	35
2.5 Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.1.1 Variabel Penelitian	37
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	38
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.2.1 Populasi	40
3.2.2 Sampel	40
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.3.1 Data Primer.....	41
3.3.2 Data Sekunder	41
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5 Metode Analisis Data	43

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Telkomsel Indonesia	51
4.2 Gambaran Umum Responden	52
4.3 Hasil Penelitian.....	54
4.3.1 Deskripsi Data Penelitian	54
4.4 Hasil Analisis SEM.....	58
4.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA)	58
4.4.2 Pengujian Full Model SEM	69
4.4.3 Pengujian Hipotesis	78
4.4.4 Analisis Pengaruh Direct, Indirect, dan Total	82
BAB V PENUTUP.....	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian	87
5.3 Implikasi Teoritis	87
5.4 Implikasi Manajerial	88
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	92
5.6 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94

SEMARANG
FEB UNDIP