

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Berbasis Rantai.....	7
2. <i>Brand (Merek)</i>	8
3. <i>Brand Awareness</i>	11

4. <i>Brand Reputation</i>	13
5. <i>Brand Trust</i>	15
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Hubungan Antar Variabel	21
1. Hubungan <i>brand awareness</i> terhadap <i>brand Trust</i>	21
2. Hubungan <i>brand awareness</i> terhadap <i>brand reputation</i>	21
3. Hubungan <i>brand reputation</i> terhadap <i>brand trust</i>	22
D. Kerangka Konseptual	24
E. Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Rancangan Penelitian	26
B. Populasi.....	26
C. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	26
D. Jenis Data dan Prosedur Pengambilan Data.....	27
E. Variabel Penelitian	28
F. Definisi Operasional Variabel.....	28
G. Skala dan Pengukuran Variabel	29
H. Uji Instrumen Penelitian	31
1. Uji Validitas	31
2. Uji Reliabilitas	33
I. Teknik Analisis Data.....	34
1. Analisis Deskriptif.....	34
2. Analisis Kuantitatif	34
3. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil Penelitian	39
1. Analisis Deskriptif Responden.....	39
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	41
3. Pengujian Hipotesis.....	45

B. Pembahasan.....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60