

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERYATAAN KEASLIAN</b> .....	iii
<b>ABSTRAKSI</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori.....	8
1. Citra Merek.....	8
a. Pembentuk Citra Merek.....	9
b. Manfaat Citra Merek.....	9

2. Kepercayaan Merek.....	10
a. Pembentuk Kepercayaan Merek.....	11
b. Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Merek.....	13
3. Kualitas Produk.....	13
Dimensi Kualitas Produk.....	14
4. Loyalitas Merek.....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	18
1. Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	18
2. Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	21
C. Kerangka Pemikiran.....	21
D. Hipotesis.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
A. Rancangan Penelitian.....	23
B. Obyek & Waktu Penelitian.....	23
C. Populasi.....	24
D. Sampel & Teknik Sampling.....	24
E. Jenis Data Penelitian.....	24
F. Prosedur Pengambilan Data.....	25
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	25
H. Devinisi Operasional Variabel.....	25
I. Uji Instrumen.....	29
J. Teknik Analisis Data.....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>

A. Karakteristik Responden.....	36
B. Deskriptif Persepsi Konsumen tentang variabel dan atribut – atribut penelitian.....	38
C. Analisis Kuantitatif.....	42
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	48
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>52</b>
A. Kesimpulan.....	52
B. Saran.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran.....	21
---	----

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1.</b> <i>Top Brand Index</i> tahun 2012-2016.....	4
<b>Tabel 2.1</b> Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	18
<b>Tabel 3.1</b> Hasil Uji Validitas.....	30
<b>Table 3.2</b> Hasil Uji Reliabilitas.....	31
<b>Tabel 4.1</b> Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	36
<b>Tabel 4.2</b> Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	37
<b>Tabel 4.3</b> Pendidikan Responden.....	37
<b>Tabel 4.4</b> Citra merek.....	39
<b>Tabel 4.5</b> Kepercayaan merek.....	40
<b>Tabel 4.6</b> Kualitas produk.....	41
<b>Tabel 4.7</b> Loyalitas merek.....	42
<b>Tabel 4.8</b> Estimasi Regresi Linear Berganda.....	43
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji F Anova <sup>b</sup> .....	46
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Koefisien Determinasi Model Summary.....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b>	<i>Top Brand Index</i> Kategori Perawatan Pribadi Tahun 2012-2016.....	56
<b>Lampiran 2</b>	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	57
<b>Lampiran 2.1</b>	Kerangka Pemikiran.....	59
<b>Lampiran 3</b>	Kuesioner Penelitian.....	60
<b>Lampiran 4</b>	Uji validitas dan Reliabilitas 30 Responden.....	64
<b>Lampiran 4.1</b>	Hasil Validitas dan Reliabilitas Citra Merek.....	65
<b>Lampiran 4.2</b>	Hasil Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan Merek.....	66
<b>Lampiran 4.3</b>	Hasil Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk.....	67
<b>Lampiran 4.4</b>	Hasil Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Merek.....	68
<b>Lampiran 5</b>	Rekapitulasi Data 100 Responden.....	69
<b>Lampiran 5.1</b>	Rekapitulasi Analisis Deskriptif 100 Responden.....	72
<b>Lampiran 6</b>	Hasil Analisis Deskriptif Responden.....	75
<b>Lampiran 6.1</b>	Hasil Analisis Deskriptif Variabel.....	76
<b>Lampiran 6.2</b>	Nilai Rata-rata Indikator Variabel.....	78
<b>Lampiran 7</b>	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	80