

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan masalah.....	10
C. Tujuan penelitian	10
D. Manfaat penelitian	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan teori	12

1. Brand image	12
a) Pengertian brand image	12
b) Aspek-spek brand image	12
c) Komponen brand image	15
2. Brand trust	16
a) Pengertian brand trust	16
b) Indikator brand trust.....	17
3. Costumer satisfaction.....	24
a) Pengertian costumer satisfaction	24
b) Dimensi costumer satisfaction	25
c) Aspek costumer satisfaction.....	26
d) Metode pnegukuran costumer satisfaction	26
e) Faktor-faktor costumer satisfaction	28
f) Ciri-ciri pelanggan yang puas	29
g) Elemen costumer satisfaction	30
4. Brand loyalty.....	31
a) Pengertian brand loyalty	31
b) Komponen-komponen brand loyalty.....	32
c) Dimensi brand loyalty	34
d) Indikator brand loyalty.....	37
B. Tinjauan penelitian terdahulu	36
C. Hubungan antar variabel	39
D. Kerangka pikir	43

E. Hipotesis penelitian	44
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	46
A. Rancangan penelitian	46
B. Objek penelitian	47
C. Waktu penelitian	47
D. Populasi	48
E. Sampel	48
F. Teknik pengambilan sampel	49
G. Jenis data penelitian	49
1. Data primer	49
2. Data sekunder	49
H. Prosedur pengambilan data	50
I. Klarifikasi variabel penelitian	50
J. Defenisi operasional variabel.....	51
1. Brand image	51
2. Brand trust	52
3. Costumer satisfaction	53
4. Brand loyalty	53
K. Skala pengukuran variabel	54
L. Uji instrumen penelitian.....	56
1. Uji validitas	56
2. Uji reliabilitas.....	58
M. Teknik analisa data.....	59

1. Analisis deskriptif	59
2. Analisis kuantitatif	59
a) Analisis regresi linear berganda	60
b) Uji hipotesis	61
c) Koefisien determinasi.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN EMBAHASAN	66
A. Deskripsi hasil penelitian	66
1. Analisis deskriptif responden.....	66
2. Analisis deskriptif variabel	68
a. Variabel kategori brand image	68
b. Variabel kategori brand trust	69
c. Variabel kategori costumer satisfaction.....	70
d. Variabel kategori brand loyalty.....	71
3. Pengujian hipotesis	72
B. Pembahasan.....	75
1. Pengaruh <i>brand image</i> (X1), <i>brand trust</i> (X2) dan <i>costumer satisfaction</i> (X3) terhadap <i>brand loyalty</i> (Y).....	75
2. Pengaruh <i>brand image</i> terhadap <i>brand loyalty</i> pada <i>Online Travel Agent</i> (OTA)	77
3. Pengaruh <i>brand trust</i> terhadap <i>brand loyalty</i> pada <i>Online Travel Agent</i> (OTA)	77
4. Pengaruh <i>costumer satisfaction</i> terhadap <i>brand loyalty</i> pada <i>Online Travel Agent</i> (OTA)	78

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 jumlah pengunjung <i>Online Travel Agent</i> (OTA)	8
Tabel 2.1 penelitian terdahulu	36
Tabel 3.1 waktu penelitian	47
Tabel 3.2 Tabel skor skala likert	55
Tabel 3.3 hasil uji validitas 30 responden	57
Tabel 3.4 hasil uji reliabilitas 30 respnden	59
Tabel 4.1 karakteristik responden.....	66
Tabel 4.2 distribusi penilaian brand image	68
Tabel 4.3 distribusi penilaian brand trust	58
Tabel 4.4 distribusi penilaian <i>Costumer Satisfaction</i>	69
Tabel 4.5 Distribusi Penilaian Brand Loyalty	70
Tabel 4.6 hasil analisis regresi linier berganda	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pikir 44