

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN TEORI	18
A. Landasan Teori	18
1. Brand Trust.....	18
2. Brand Image.....	21
3. Brand Awareness	24
4. Keputusan Pembelian.....	29
B. Pengaruh antar Variabel Penelitian.....	32
1. Pengaruh antara <i>brand trust</i> dengan keputusan pembelian.....	32
2. Pengaruh antara <i>brand Image</i> dengan keputusan pembelian.....	32
3. Pengaruh antara <i>brand awareness</i> dengan keputusan pembelian ...	33
C. Penelitian Terdahulu	34
D. Kerangka Konseptual	37
E. Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Objek Penelitian	39
C. Waktu Penelitian.....	40

D.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
1.	Populasi.....	40
2.	Sampel.....	41
3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	41
4.	Besaran Sampel.....	42
E)	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	43
1)	Jenis Data	43
2)	Metode Pengumpulan Data	43
F)	Klasifikasi Variabel Penelitian	44
a.	Variabel Dependen	44
b.	Variabel Independen.....	44
G)	Definisi Operasional Penelitian.....	45
H)	Skala Pengukuran Variabel.....	46
I)	Uji Instrumen.....	48
J)	Metode Analisis Data	51
a.	Analisis Statistik Deskriptif	51
b.	Analisis Statistik Kuantitatif	52
K)	Uji Hipotesis.....	53
BAB IV PEMBAHASAN.....	57	
A.	Analisis Deskriptif.....	57
B.	Analisis Kuantitatif.....	68
C.	Pembahasan	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80	
A.	Kesimpulan.....	80
B.	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	84	
LAMPIRAN.....	88	