

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Landasan Teori	14
1. <i>Brand Loyalty</i>	14
2. <i>Brand Awareness</i>	14
3. <i>Brand Image</i>	14
4. <i>Brand Trust</i>	20
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Hubungan Antar Variabel	26
D. Kerangka Penelitian.....	31

E. Hipotesis Penelitian	32
BAB III.....	33
METODE PENELITIAN	33
A. Rancangan Penelitian	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
C. Populasi	34
D. Sampel dan Teknik Sampling.....	34
E. Klasifikasi Variabel Penelitian	36
F. Jenis Data Penelitian.....	37
G. Pengukuran Variabel Penelitian	37
H. Prosedur Pengambilan Data	39
I. Definisi Operasional Variabel	39
J. Uji Instrumen.....	41
K. Teknik Analisis Data	48
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Hasil Penelitian.....	53
B. Pembahasan	68
BAB V.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	85