

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka.....	8
1.5.1 Tinjauan Empiris.....	8
1.5.2 Tinjauan Teoritis	20
1.5.2.1 Definisi Merek.....	20
1.5.2.2 Peran Merek.....	22
1.5.2.3 Lingkup Penetapan Merek.....	23
1.5.2.4 Tujuan dan Manfaat Merek	24
1.5.3 Merek dan Psikologi Konsumen	26
1.5.3.1 Merek dan Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	26
1.5.3.2 Merek, Kepercayaan Merek dan Strategi Pemasaran.....	28
1.5.3.3 Merek dan Citra Merek	31
1.5.3.4 Citra Merek dan Strategi Pemasaran	33

1.5.3.5 Loyalitas Merek.....	34
1.6 Kerangka Pemikiran	39
1.7 Definisi Konsep dan Operasional	40
1.7.1 Definisi Konsep.....	40
1.7.2 Definisi operasional.....	41
1.8 Hipotesis	42
1.9 Metodologi Penelitian.....	43
1.9.1 Tipe Penelitian.....	43
1.9.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	43
1.9.3 Lokasi Penelitian	43
1.9.4 Sumber Data.....	43
1.9.5 Instrumen Pengumpulan Data	44
1.9.6 Populasi dan Sampel.....	44
1.9.6.1 Populasi	44
1.9.6.2 Sampel	45
1.9.7 Teknik Sampling.....	47
1.9.8 Teknik pengukuran Data.....	47
1.9.9 Uji Instrumen Penelitian.....	48
1.9.9.1 Uji Validitas.....	48
1.9.9.2 Uji Reliabilitas.....	49
1.10 Teknik Analisis Data.....	50
1.10.1 Analisis Statistik Deskriptif	50
1.10.2 Uji Asumsi Klasik	50
a. Uji Normalitas	50
b. Uji Multikolinearitas	51
c. Uji Heteroskedastisitas.....	51
1.10.3 Analisis Jalur.....	52
1.10.4 Uji Hipotesis.....	53
1.10.5 Analisis Uji t (Uji Secara Parsial)	53

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	55
2.1 Sejarah Perusahaan.....	55
2.2 Ruang Lingkup Bidang Usaha	56
2.3 Lokasi Perusahaan.....	56
2.4 Struktur Organisasi.....	56
2.5 Produk-produk Kosmetik Merek NYX	62
2.5.1 Lipstick	62
2.5.2 Lipgloss.....	63
2.5.3 Mascara	64
2.5.4 Blush On	64
2.5.5 Eyeliner	65
2.5.6 Eyebrows	65
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
3.1 Karakteristik Responden.....	67
3.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian	70
3.2.1 Uji Validitas	70
3.2.2 Uji reliabilitas	71
3.3 Analisis Data Hasil Penelitian	72
3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif	72
3.3.1.1 Citra Merek.....	74
3.3.1.2 Rekapitulasi Rata-rata Item Citra Merek.....	79
3.3.1.3 Kepercayaan Merek.....	80
3.3.1.4 Rekapitulasi Rata-rata Item Kepercayaan Merek.....	84
3.3.1.5 Loyalitas Merek.....	85
3.3.1.6 Rekapitulasi Rata-rata Item Loyalitas Merek.....	91
3.3.1.7 Rekapitulasi Total Rata-rata item.....	93
3.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	94
3.3.2.1 Uji Normalitas	94
3.3.2.2 Uji Multikolinearitas	95
3.3.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	96

3.3.3 Analisis Jalur dan Uji t (parsial)	98
a. Pengaruh antara Citra Merek dan Loyalitas Merek	99
b. Pengaruh antara Citra Merek dan Kepercayaan Merek	100
c. Pengaruh antara Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek	102
3.4 Pembahasan Hasil Penelitian	105
3.4.1 H1 Ada Pengaruh antara Citra Merek dan Loyalitas Merek	105
3.4.2 H2 Ada Pengaruh antara Citra Merek dan Kepercayaan Merek	108
3.4.3 H3 Ada Pengaruh antara Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek	109
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	112
4.1 Kesimpulan.....	112
4.2 Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	121