

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	5
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	6
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian	6
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu Penelitian	6
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II	8
2.1 Merek (<i>Brand</i>)	8
2.2 Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	9
2.3 Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	10
2.3.1 Tingkat Loyalitas Merek	11
2.3.3 Indikator Loyalitas Merek	13
2.4 Penelitian Terdahulu	15

2.5 Kerangka Pemikiran	17
BAB III	18
3.1 Jenis Penelitian	18
3.2 Sumber Data	18
3.3 Metode Pengumpulan Data	18
3.4 Populasi dan Sampel	19
3.5 Variabel Penelitian.....	20
3.6 Definisi Operasional.....	20
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	21
3.7.1 Uji Validitas	21
3.7.2 Uji Reliabilitas	21
3.8 Metode Analisis Data	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Deskripsi Data	24
4.1.1 Karakteristik Responden.....	24
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden	25
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	26
4.2.1 Hasil Uji Validitas	26
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	27
4.3 Hasil Analisis Data	28
4.3.1 Analisis Loyalitas Merek	28
4.3.2 Tingkatan Loyalitas.....	35
4.4 Pembahasan	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	41