

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat.....	6
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN METODOLOGI PENULISAN	
A. Kajian Teoritis.....	8
B. Kerangka Berpikir.....	18
C. Metodologi Penelitian.....	19
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Kasus.....	31
B. Analisis Kasus.....	32
BAB IV KESIMPULAN	
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Nomor	Keterangan	Halaman
I.1	Produk-Produk Mie Instan	2
I.2	Pangsa Pasar Mie Instan	3
I.3	Top Brand Index	4
II.1	Tabel Metode Skala dan Pengukurannya	23
II.4	Operasional Variabel Penelitian	25
III.1	Hasil Uji Coba Kepercayaan Merek	33
III.2	Hasil Uji Coba Loyalitas Merek	34
III.3	Jenis Kelamin Responden	35
III.4	Usia Responden	35
III.5	Pekerjaan	36
III.6	Pendidikan Terakhir	37
III.7	Pendapatan Responden	38
III.8	Tabulasi Silang Reputasi Merek Terhadap Jenis Kelamin	39
III.9	Tabulasi Silang Indomie Sebagai Merek Terpercaya Terhadap Usia	40
III.10	Tabulasi Silang Reputasi Perusahaan Terhadap Pekerjaan	41
III.11	Tabulasi Silang Membayar Lebih Berdasarkan Penghasilan	42
III.12	Tabulasi Silang Indomie Menjadi Favorite Merek Berdasarkan Pendidikan	43
III.13	Tabulasi Silang Indomie Menjadi Favorite Merek Berdasarkan Usia	44
III.14	Tabulasi Silang Indomie Menjadi Kesukaan Merek Berdasarkan Jenis Kelamin	45
III.15	Tabulasi Silang Membeli Rutin Indomie Berdasarkan Pekerjaan	45
III.16	Tabulasi Silang Yakin Membeli Indomie Berdasarkan Jenis Kelamin	46

III.17	Frekuensi Jawaban Responden	47
III.18	Frekuensi Jawaban Responden	48
III.19	Frekuensi Jawaban Responden	49
III.20	Frekuensi Jawaban Responden	50
III.21	Frekuensi Jawaban Responden	51
III.22	Uji Normalitas	52
III.23	Uji Linearitas	53
III.24	Hasil Hipotesis	54
III.25	Koefisien R ²	56

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar II.1	Kerangka Pemikiran	19