

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Komunitas Merek.....	11
2.1.2 Kepercayaan Merek.....	21
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	32
2.2. Review Penetian Terdahulu.....	44
2.3. Kerangka Pemikiran.....	45
2.4. Hipotesis.....	49
BAB III. OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	50
3.2. Metode Penelitian.....	50
3.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	51
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	52

3.4.1. Uji Instrumen.....	53
3.4.1.1 Uji Validitas.....	53
3.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	55
3.5. Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	56
3.6. Metode Analisis.....	58
3.6.1. Uji Asumsi Dasar.....	58
3.6.1.1 Uji Normalitas.....	58
3.6.1.2 Uji Linearitas.....	59
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	59
3.6.2.1 Uji Multikolinearitas.....	59
3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	60
3.6.3. Analisa Regresi Linear Berganda.....	60
3.6.4. Uji Hipotesis.....	61
3.6.4.1 Uji F.....	61
3.6.4.2 Uji t.....	61
3.6.5. Koefisien Determinasi.....	63

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Unit Analisis.....	64
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	66
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	68
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	70
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	71
4.2.1 Uji Instrumen.....	71
4.2.1.1 Uji Validitas.....	71
4.2.1.2 Uji Realibilitas.....	73

4.2.2 Analisis Deskriptif.....	73
4.2.2.1 Variabel Komunitas Merek.....	74
4.2.2.2 Variabel Kepercayaan Merek.....	78
4.2.2.3 Variabel Loyalitas Pelanggan.....	82
4.2.3 Uji Asumsi Dasar.....	85
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	85
4.2.3.2 Uji Linearitas.....	87
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	88
4.2.4.1 Uji Multikolinearitas.....	88
4.2.4.2 Uji Heterokedastisitas.....	89
4.2.5 Analisis Regresi.....	90
4.2.5.1 H1 : Pengaruh Komunitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	90
4.2.5.1.1 Uji t.....	90
4.2.5.1.2 Persamaan Regresi Linear Sederhana....	91
4.2.5.1.3 Determinasi.....	92
4.2.5.2 H2 : Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	93
4.2.5.2.1 Uji t.....	93
4.2.5.2.2 Persamaan Regresi Linear Sederhana...	94
4.2.5.2.3 Determinasi.....	95
4.2.5.3 H3 : Pengaruh Komunitas Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	96
4.2.5.3.1 Uji F.....	96
4.2.5.3.2 Uji t.....	97
4.2.5.3.3 Persamaan Regresi Linear Berganda.....	98
4.2.5.3.3 Determinasi.....	99
4.3 Implikasi Manajerial.....	101

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomer Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data Penjualan Kamera DSLR di Indonesia	2
Tabel 2.1	<i>Review</i> penelitian terdahulu	44
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	51
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	66
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	68
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	70
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Komunitas Merek (X_1)	71
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek (X_2)	72
Tabel 4.9	Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	72
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.11	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Komunitas Merek (X_1)	74
Tabel 4.12	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek (X_2)	78
Tabel 4.13	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	82
Tabel 4.14	Uji Normalitas	85
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas Residual	

	dengan Kolmogorov-Smirnov	86
Tabel 4.16	Uji Linearitas	87
Tabel 4.17	Uji Multikolinearitas	88
Tabel 4.18	Uji Heterokedastisitas	89
Tabel 4.19	Uji t variabel Komunitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	90
Tabel 4.20	Analisis determinasi Komunitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	92
Tabel 4.21	Uji t variabel Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	93
Tabel 4.22	Analisis determinasi Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	95
Tabel 4.23	Uji F variabel Komunitas Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	96
Tabel 4.24	Koefisien variabel Komunitas Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	97
Tabel 4.25	Analisis determinasi Komunitas Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik <i>Market Share</i> Kamera DSLR di Indonesia 2011-2012	5
2.1	Hubungan Kepercayaan Terhadap Merek dan Loyalitas Merek	26
2.2	Kerangka Pemikiran	45

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Komunitas Merek (X_1)
Lampiran 3	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek (X_2)
Lampiran 4	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)
Lampiran 5	Uji Normalitas
Lampiran 6	Uji Linearitas
Lampiran 7	Uji Multikolinearitas
Lampiran 8	Uji Heterokedastisitas
Lampiran 9	Uji t
Lampiran 10	Uji F
Lampiran 11	Analisis Determinasi