

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I    PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II    KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Kepercayaan Merek.....	12
2.1.2 Afeksi Merek.....	17
2.1.3 Loyalitas Merek.....	23
2.2. Review Penelitian Terdahulu.....	34
2.3. Kerangka Pemikiran.....	40

2.4. Hipotesis .....	42
----------------------	----

### BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian .....	44
3.2. Metode Penelitian .....	46
3.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	47
3.4. Prosedur Pengumpulan Data .....	50
3.5. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel .....	52
3.6. Metode Analisis.....	53
3.6.1 Uji Instrumen.....	53
3.6.2 Uji Asumsi Dasar .....	55
3.6.3 Analisis Regresi Berganda.....	57
3.6.4 Uji Hipotesis.....	58
3.6.4.1 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	58
3.6.4.2 Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F).....	58
3.6.4.3 Analisis Determinasi ( $R^2$ ) .....	59

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Unit Analisis.....	61
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	64
4.2.1 Uji Instrumen.....	64
4.2.1.1 Uji Validitas.....	64
4.2.1.2 Uji Realibilitas.....	66
4.2.2 Analisis Deskriptif .....	67

4.2.2.1 Variabel Kepercayaan Merek (X1) .....	67
4.2.2.2 Variabel Afeksi Merek (X2) .....	70
4.2.2.3 Variabel Loyalitas Merek (Y) .....	73
4.2.3 Uji Asumsi Dasar .....	76
4.2.3.1 Uji Normalitas .....	76
4.2.3.2 Uji Linearitas .....	77
4.2.4 Uji Asumsi Klasik .....	78
4.2.4.1 Uji Multikolinearitas .....	78
4.2.4.2 Uji Heterokedastisitas .....	79
4.2.5 Analisis Regresi Berganda .....	81
4.2.6 Uji Hipotesis .....	81
4.2.6.1 Uji t .....	81
4.2.6.2 Uji F .....	83
4.2.6.3 Analisis Determinasi ( $R^2$ ) .....	84
4.2.6 Implikasi Manajerial .....	85

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Saran-Saran .....	89
5.2.1 Saran Operasional .....	89
5.2.2 Saran Akademis .....	90

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	NamaTabel	Halaman
Tabel 1.1	Tren Nasional Permintaan Mie Instan Dunia	3
Tabel 1.2	Daftar Merek Mie Instan di Indonesia	5
Tabel 1.3	Top Brand Index 2010 Kategori Mie Instan dalam Kemasan Beg	8
Tabel 1.4	Top Brand Index 2010 Kategori Mie Instan dalam Kemasan Beg	8
Tabel 2.1	Tipe Respon Afeksi	18
Tabel 2.2	Matriks Review Penelitian Relevan	38
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Kepercayaan Merek	47
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Afeksi Merek	48
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Loyalitas Merek	49
Tabel 3.2	Skala pengukuran	51
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi mengonsumsi Indomie	61
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.5	Uji Validitas Kepercayaan merek (X1)	64
Tabel 4.6	Uji Validitas Afeksi merek (X2)	65
Tabel 4.7	Uji validitas Loyalitas Merek (Y)	65
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas	66

Tabel 4.9	Data Deskriptif Variabel Kepercayaan merek	67
Tabel 4.10	Data Deskriptif Variabel Afeksi Merek	70
Tabel 4.11	Data Deskriptif Variabel Loyalitas Merek	73
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas	76
Tabel 4.13	Hasil Uji Linearitas kepercayaan merek (X1) terhadap loyalitas Merek (Y)	78
Tabel 4.14	Hasil Uji Linearitas Afeksi Merek (X2) terhadap Loyalitas merek (Y)	78
Tabel 4.15	Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4.16	Uji Heterokedastisitas $Lnei^2$ dengan $LnX_1$	79
Tabel 4.17	Uji Heterokedastisitas $Lnei^2$ dengan $LnX_2$	80
Tabel 4.18	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Kepercayaan Merek dan Afeksi Merek terhadap Loyalitas Merek	61
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F) Kepercayaan merek dan Afeksi merek terhadap Loyalitas merek	83
Tabel 4.20	Hasil Analisis Determinasi ( $R^2$ ) Kepercayaan Merek dan Afeksi Merek terhadap Loyalitas Merek	84

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Nomor Gambar</b>	<b>Nama Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1	Piramida Identifikasi Diri	24
Gambar 2.2	Apa yang membuat konsumen loyal pada suatu merek	29
Gambar 2.3	Model tiga komponen sikap	31

**DAFTAR LAMPIRAN**

Nomor Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Jasa (X1)
Lampiran 3	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek (X2) .....
Lampiran 4	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)
Lampiran 5	Uji Validitas
Lampiran 6	Uji Reliabilitas
Lampiran 7	Uji Normalitas
Lampiran 8	Uji Linearitas
Lampiran 9	Uji Multikolinearitas
Lampiran 10	Uji Heterokedastisitas
Lampiran 11	Uji T
Lampiran 12	Uji F
Lampiran 13	Analisis Determinasi