

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	9
1.3Tujuan Penelitian	9
1.4Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Merek	11
2.1.2 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	12
2.1.3 Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	15
2.1.4 Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	19
2.2 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis	31
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	32
3.1.1 <i>Company Profile</i>	32
3.1.2 Tempat Penelitian	33
3.1.3 Objek Penelitian	33
3.1.4 Waktu Penelitian	33
3.1.3 Batasan Penelitian	33
3.2 Metodologi Penelitian	34
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian	34
3.3.1 Variabel Bebas dan Variabel Terikat	34
3.3.2 Skala Pengukuran	37
3.4 Metode Penentuan Populasi atau Sampel.....	38
3.4.1 Populasi	38

3.4.2 Sampel.....	38
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	40
3.6 Metode Analisis	40
3.6.1 Uji Instrument	40
3.6.2 Uji Asumsi.....	42
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda	43
3.6.4 Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskriptif Unit Analisis	46
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	50
4.2.1 Hasil Pengujian Instrumen	50
4.2.2 Analisis Deskriptif	53
4.2.3 Uji Asumsi.....	61
4.2.4 Analisis Regresi	66
4.3 Implikasi Manajerial	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	79
5.2.1 Saran Operasional	79
5.2.2 Saran Akademis	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Produsen Minuman Teh dalam Kemasan Siap Minum di Indonesia pada Tahun 2011	5
1.2	<i>Top Brand Index</i> Kategori Teh Siap Minum dalam Kemasan	6
1.3	<i>Market Share</i> Teh Siap Minum Tahun 2007-2010.....	8
2.1	Matriks <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	28
3.1	Operasionalisasi Variabel <i>Brand Image</i>	35
3.2	Operasionalisasi Variabel <i>Brand Trust</i>	36
3.3	Operasionalisasi Variabel <i>Brand Loyalty</i>	37
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	46
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.3	Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X_1).....	50
4.4	Uji Validitas <i>Brand Trust</i> (X_2).....	51
4.5	Uji Validitas <i>Brand Loyalty</i> (Y).....	51
4.6	Uji Reliabilitas.....	52
4.7	Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X_1) ..	53
4.8	Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i> (X_2)....	57
4.9	Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Y)..	59
4.10	Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov.....	61
4.11	Hasil Uji Normalitas Residual dengan Kolmogorov-	

	Smirnov	62
4.12	Hasil Uji Linearitas.....	63
4.13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
4.15	Hasil Uji t Analisis Regresi Linear Sederhana Hipotesis 1.....	66
4.16	Hasil Analisis Determinasi Hipotesis 1	67
4.17	Hasil Uji t Analisis Regresi Linear Sederhana Hipotesis 2.....	69
4.18	Hasil Analisis Determinasi Hipotesis 2	70
4.19	Hasil Uji F Analisis Regresi Linear Berganda Hipotesis 3.....	71
4.20	Hasil Uji t Analisis Regresi Linear Berganda Hipotesis 3.....	72
4.21	Hasil Analisis Determinasi Hipotesis 3	74

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran.....	31
3.1	Produk-produk yang diproduksi oleh PT. Sinar Sosro	32
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian dan Jawaban Responden
Lampiran 2	Hasil SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 3	Hasil SPSS Uji Asumsi
Lampiran 4	Hasil SPSS Regresi Sederhana dan Berganda