

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>8</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	8
1.1.1 Struktur Organisasi .....	10
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	11
1.3 Perumusan Masalah.....	27
1.4 Tujuan Penelitian.....	27
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	29
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>30</b>
2.1 Teori dan Teori Penelitian Terdahulu .....	30
2.1.1 Pemasaran .....	30
2.1.2 Brand.....	31
2.1.3 Brand Experience.....	32
2.1.4 Brand Image.....	33
2.1.5 Brand Loyalty .....	38
2.1.6 Brand Trust .....	40
2.1.7 Kajian Sebelumnya .....	42
2.1.8 Model Penelitian .....	75
2.1.9 Hipotesis Penelitian .....	77
2.1.10 Pengaruh Antar Variabel .....	78
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>84</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	84
3.2 Variabel Operasional .....	84
3.2.1 Variabel Bebas .....	84
3.2.2 Variabel Terikat .....	84
3.2.3 Variabel Intervening .....	85

3.2.4 Skala Pengukuran Kuantitatif .....	91
3.3 Tahapan Penelitian .....	91
3.4 Populasi dan Sampel .....	92
3.4.1 Populasi.....	92
3.4.2 Sampel .....	93
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	94
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas.....	95
3.6.1 Uji Validitas.....	95
3.6.2 Uji Reabilitas .....	98
3.7 Teknik Analisis Data.....	99
3.7.1 Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS).....	99
3.7.1.1 Path Analysis .....	102
3.7.2 Uji Hipotesis .....	105
3.7.2.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji T) .....	105
3.7.2.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	106
3.7.2.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	107
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>108</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	108
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	108
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	109
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	110
4.2 Hasil Penelitian .....	111
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	111
4.2.2 Analisis Kuantitatif .....	119
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	128
4.3.1 Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty .....	128
4.3.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty .....	129
4.3.3 Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Trust .....	129
4.3.4 Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Trust .....	130
4.3.5 Pengaruh Brand Trust Terhadap Brand Loyalty.....	130

4.3.6 Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Yang Dimediasi Oleh Brand Trust .....	131
4.3.7 Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty Yang Dimediasi Oleh Brand Trust .....	131
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>136</b>
5.1 Kesimpulan.....	125
5.2 Saran.....	136
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>139</b>