

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Perumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Tinjauan Pustaka	18
2.1.1 Pemasaran.....	18
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	19
2.1.3 Perilaku Konsumen	20
2.1.4 Brand	21

2.1.5 Brand Communication	22
2.1.6 Brand Image	23
2.1.7 Brand Trust.....	26
2.1.8 Brand Loyalty.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
2.3.1 Hubungan Brand Communication terhadap brand image	39
2.3.2 Hubungan Brand Communication terhadap brand trust.....	40
2.3.3 Hubungan Brand Image terhadap brand trust.	40
2.3.4 Hubungan Brand Trust berpengaruh positif brand loyalty.....	41
2.3.5 Hubungan Brand Communication terhadap brand loyalty.....	41
2.3.6 Hubungan Brand Image terhadap brand loyalty	42
2.3.7 Hubungan Brand Communication terhadap brand loyalty dimediasi oleh brand trust	42
2.3.8 Hubungan Brand Image terhadap brand loyalty dimediasi oleh brand trust	43
2.4 Hipotesis Penelitian.....	43
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Operasional Variabel.....	47
3.2.1 Variabel	47
3.2.2 Operasional Variabel.....	49

3.2.3 Skala Pengukuran	55
3.3 Tahapan Penelitian	56
3.4 Populasi dan Sampel	58
3.4.1 Populasi	58
3.4.3 Teknik Sampling	59
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	60
3.5.1 Data Sekunder	60
3.5.2 Data Primer	60
3.5.3 Sumber Data	61
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	61
3.6.1 Uji Validitas	61
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	66
3.7 Teknik Analisis Data	67
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	67
3.7.2 Analisis Data Teknik Multivariate	69
3.7.2.1 Partial Least Square (PLS-SEM).....	69
3.7.2.2 Uji Measurement Model atau Outer Model	70
3.7.3 Uji Goodness of Fit	74
3.7.4 Uji Hipotesis.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	77
4.1 Karakteristik Responden	77
4.1.1 Screening Questions	77
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	80

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	80
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Tahunan Untuk Produk	81
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per bulan.....	83
4.2 Hasil Penelitian	84
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	84
4.2.2 Uji (Outer Model).....	94
4.2.4 Uji Hipotesis.....	105
4.2.5 Uji Goodness of Fit	109
4.3 Pembahasan	110
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	125
5.1 Kesimpulan.....	125
5.1.1 Kesimpulan Analisis Deskriptif	125
5.1.2 Kesimpulan Pengaruh Brand Communication terhadap Brand Image	126
5.1.3 Kesimpulan Pengaruh Brand Communication terhadap Brand Trust	126
5.2 Saran.....	128
5.2.1 Saran Praktis.....	128
5.2.2 Saran Teoritis	130
DATAR PUSTAKA.....	131