

Daftar isi

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Halaman Pernyataan Orisinalitas Skripsi.....	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiv
Bab 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
Bab 2 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Definisi dan Konsep Pemasaran	9
2.1.2 Merk	10
2.1.3 Brand Relationship	11
2.1.4 Brand Differentiation.....	12
2.1.5 Brand Trust	14
2.1.6 Brand Reputation.....	15
2.1.7 Brand Tribalism.....	16
2.2 Penelitian Sebelumnya	17

2.3 Pengembangan Hipotesis	18
2.3.1 Hubungan Brand Differentiation terhadap Brand Relationship	18
2.3.2 Hubungan Brand Trust terhadap Brand Relationship.....	19
2.3.3 Hubungan Brand Reputation terhadap Brand Relationship	20
2.3.4 Hubungan Brand Tribalism terhadap Brand Relationship	21
2.4 Model Analisis	22
Bab 3 Metode Penelitian	23
3.1 Pendekatan Penelitian	23
3.2 Identifikasi Variabel	23
3.2.1 Variabel Bebas/Independen	24
3.2.2 Variabel Terikat/Dependen.....	24
3.3 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran	24
3.3.1 Definisi Operasional Variabel	24
3.3.2 Skala Pengukuran	27
3.4 Jenis dan Sumber Data	27
3.4.1 Data.....	27
3.4.2 Tehnik Pengumpulan Data	28
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	29
3.6 Populasi dan Sampel	29
3.7 Uji Validitas dan Realibilitas Alat Ukur serta Asumsi Klasik.....	30
3.7.1 Uji Validitas.....	30
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.7.3 Asumsi Klasik	31
3.8 Teknik Analisis	31
3.8.1 Analisi Regresi Linier Berganda	31
3.8.2 Koefisien Determinasi (R ²).....	32
3.8.3 Uji F (Uji Simultan).....	32

3.8.4 Uji t (Uji Statistik Parsial)	33
3.8.5 Uji Goodness of Fit	34
Bab 4 Hasil dan Pembahasan	35
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	35
4.1.1 Sejarah Singkat	35
4.1.2 Visi dan Misi	36
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	36
4.2.1 Karakteristik Responden	36
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden	40
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
4.4 Uji Asumsi Klasik	46
4.4.1 Uji Multikolonieritas	46
4.4.2 Uji Heterokedasitas	47
4.4.3 Uji Normalitas	47
4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	48
4.5.1 Analisis Data	48
4.6 Pembahasan	56
Bab 5 Simpulan dan Saran	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	63
 DAFTAR PUSTAKA	 65
 LAMPIRAN	

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4.1 Goodnes of Fit Brand Differentiation	52
Gambar 4.2 Goodnes of Fit Brand Trust	53
Gambar 4.3 Goodnes of Fit Brand Reputation	54
Gambar 4.4 Goodnes of Fit Brand Tribalism	55



Daftar Tabel

Tabel 4.1 Frekuensi Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Frekuensi Usia	37
Tabel 4.3 Frekuensi Pendidikan Terakhir	38
Tabel 4.4 Frekuensi Pekerjaan	39
Tabel 4.5 Frekuensi Penghasilan.....	39
Tabel 4.6 Frekuensi Lama Memiliki.....	40
Tabel 4.7 Interval Kelas	41
Tabel 4.8 Rata-rata Jawaban indikator Brand Relationship.....	41
Tabel 4.9 Rata-rata Jawaban indikator Brand Differentiation	42
Tabel 4.10 Rata-rata Jawaban indikator Brand Trust	42
Tabel 4.11 Rata-rata Jawaban indikator Brand Reputation	43
Tabel 4.12 Rata-rata Jawaban indikator Brand Tribalism	44
Tabel 4.13 Tabel Uji Validitas	44
Tabel 4.14 Tabel Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.15 Tabel Uji Multikolonieritas	47
Tabel 4.16 Tabel nilai R	51