

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil PT. Indosat Tbk .....	1
1.1.2 Visi dan Misi .....	4
1.1.3 Strategi Pemasaran .....	5
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	7
1.3 Perumusan Masalah .....	12
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	13
1.5 Tujuan Penelitian .....	13
1.6 Manfaat Penelitian .....	13
1.7 Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....</b>	<b>15</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	15
2.1.1 Merek ( <i>Brand</i> ) .....	15
2.1.2 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	15
2.1.3 Kepercayaan Merek ( <i>Brand Trust</i> ) .....	17
2.1.4 Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ) .....	21

2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
2.2.1 Skripsi .....	27
2.2.2 Jurnal Nasional .....	29
2.2.3 Jurnal Internasional .....	30
2.3 Kerangka Pemikiran .....	32
2.3.1 Hubungan <i>Brand Image</i> Dengan <i>Brand Loyalty</i> .....	32
2.3.2 Hubungan <i>Brand Trust</i> Dengan <i>Brand Loyalty</i> .....	32
2.4 Hipotesis .....	33
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	35
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	35
3.3 Tahapan Penelitian .....	38
3.4 Populasi dan Sampel .....	39
3.4.1 Populasi .....	39
3.4.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	40
3.5 Pengumpulan Data .....	41
3.6 Teknik Pengolahan Data .....	42
3.6.1 Pengujian Asumsi Klasik .....	43
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	49
4.2 Hasil Penelitian .....	50
4.2.1 Hasil Uji Instrumen .....	50
4.2.2 Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i> .....	52
4.2.3 Deskripsi Variabel <i>Brand Trust</i> .....	53
4.2.4 Deskripsi Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	54
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik dalam Analisis Regresi .....	56

4.2.6 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Trust</i> Terhadap Loyalitas Merek di PT. Indosat	61
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	67
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	69
<b>LAMPIRAN</b> .....	70