

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	16
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	16
1.1.1    Visi dan Misi .....	17
1.2    Latar Belakang.....	17
1.3    Perumusan Masalah.....	25
1.4    Pertanyaan Penelitian .....	25
1.5    Tujuan Penelitian.....	26
1.6    Manfaat Penelitian.....	26
1.6.1    Manfaat Teoritis .....	26
1.6.2    Manfaat Praktis .....	26
1.7    Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....	28
2.1    Tinjauan Pustaka .....	28

2.1.1	Definisi Manajemen Pemasaran.....	28
2.1.2	Merek .....	28
2.1.3	Komunikasi Merek ( <i>Brand Communication</i> ).....	29
2.1.4	Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	30
2.1.5	Dimensi Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	31
2.1.6	Kepercayaan Merek ( <i>Brand Trust</i> ) .....	31
2.1.7	Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ).....	32
2.1.8	Hubungan antara Komunikasi Merek dan Citra Merek.....	33
2.1.9	Hubungan antara Komunikasi Merek dan Kepercayaan Merek .....	34
2.1.10	Hubungan antara Citra Merek dan Kepercayaan Merek.....	34
2.1.11	Hubungan antara Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek.....	34
2.1.12	<i>Smartphone</i> .....	35
2.2	Penelitian Terdahulu.....	36
2.3	Kerangka Pemikiran .....	41
2.4	Hipotesis Penelitian .....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....		43
3.1	Jenis Penelitian .....	43
3.2	Operasional Variabel .....	44
3.2.1	Skala pengukuran .....	50
3.3	Populasi dan sampel .....	50
3.3.1	Populasi .....	50
3.3.2	Sampel.....	51
3.4	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	52
3.4.1	Pengumpulan Data .....	52
3.4.2	Sumber Data.....	52

3.5	Validitas dan Reliabilitas.....	53
3.5.1	Uji Validitas .....	53
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	54
3.6	Teknik Analisis Data .....	55
3.6.1	Analisis Deskriptif .....	55
3.6.2	Metode Struktural ( <i>inner model</i> ).....	56
3.6.3	Model Pengukuran ( <i>outer model</i> ) .....	56
3.6.4	Uji Hipotesis.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		58
<i>Screening Question</i> .....		58
4.1	Karakteristik Responden .....	58
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Asal.....	58
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	60
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	60
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Perbulan .....	61
4.2	Analisis Deskriptif .....	61
4.3	Analisis Data .....	67
4.3.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	67
4.3.2	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	72
4.3.3	<i>Path Coeficient</i> .....	75
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian .....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		78

5.1 Kesimpulan .....	78
5.2 Saran.....	78
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	78
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	79
DAFTAR PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	86
LAMPIRAN II HASIL RESPONDEN .....	89
LAMPIRAN III HASIL DATA INTERVAL.....	116