

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Daftar Isi	iii
Daftar Lampiran	iv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	
2.1. Tinjauan Pustaka	10
2.1.1. Kekuatan merek	10
2.1.2. Keunikan merek	14
2.1.3. Loyalitas konsumen	18
2.2. Kerangka Pikir	18
2.3. Hipotesis	19
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.2. Metode Penelitian	21
3.3. Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	22
3.3.1. Jenis dan Sumber Data	22
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	23
3.4. Populasi dan Sampel	24

3.4.1. Populasi	24
3.4.2. Sampel	24
3.5. Teknik Analisis Data	25
3.5.1. Uji Validitas.....	25
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	25
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	25
3.5.3.1. Uji Normalitas Data	25
3.5.3.2. Uji Multikolinearitas	26
3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	26
3.5.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	27
3.5.5. Uji T.....	27
3.5.6. Uji f.....	27
3.5.7. Uji Koefisien Determinasi.....	27
3.6. Definisi Operasional	27

BAB IV HASIL PELENITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	28
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	28
4.1.2 Karakteristik Responden.....	29
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....	30
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	31
4.1.3 Hasil Analisis Data.....	31
4.1.3.1 Hasil Uji Validitas.....	31

4.1.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
4.1.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	34
4.1.3.1 Uji Normalitas.....	34
4.1.3.2 Uji Multikolinieritas.....	35
4.1.3.3 Uji Heteroskedastitas.....	36
4.1.3.4 Uji Kolerasi	37
4.1.3.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	38
4.1.3.5 Koefesien Kolerasi	40
4.1.3.7 Koefesien Determinasi (R Square)	41
4.1.3.8 Uji t.....	43
4.2 Kekuatan merek Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen	45
4.2.4 Keunikan Merek Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen	46
Bab V Kesimpulan	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran	48