

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR .....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR .....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2. Manfaat Praktis .....	9
1.5. Sistematika Penelitian .....	10
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA.....	11

2.1.	Perceived Communication Consistency .....	11
2.2.	Brand Satisfaction .....	12
2.3.	Brand Trust.....	14
2.4.	Affective Brand Commitment .....	16
2.5.	Brand Loyalty.....	18
2.6.	Pengembangan Hipotesis .....	20
2.6.1.	Kaitan Antara Variabel Perceived Communication Consistency dengan Variabel Brand Trust .....	20
2.6.2.	Kaitan Antara Variabel Perceived Communication Consistency dengan Variabel Affective Brand Commitment .....	21
2.6.3.	Kaitan Antara Variabel Brand Satisfaction dengan Variabel Brand Trust .....	21
2.6.4.	Kaitan Antara Variabel Brand Satisfaction dengan Variabel Affective Brand Commitment.....	22
2.6.5.	Kaitan Antara Variabel Brand Trust dengan Variabel Affective Brand Commitment.....	22
2.6.6.	Kaitan Antara Variabel Perceived Communication Consistency dengan Variabel Brand Loyalty .....	23
2.6.7.	Kaitan Antara Variabel Brand Satisfaction dengan Variabel Brand Loyalty .....	24
2.6.8.	Kaitan Antara Variabel Brand Trust dengan Variabel Brand Loyalty .....	24

2.6.9. Kaitan Antara Variabel Affective Brand Commitment dengan Variabel Brand Loyalty.....	25
2.7. Model Penelitian.....	26
<b>BAB III: METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1. Obyek Penelitian .....	27
3.2. Unit Analisis.....	27
3.3. Tipe Penelitian.....	28
3.4. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	28
3.5. Populasi dan Sampel .....	30
3.5.1. Penentuan Jumlah Sampel.....	30
3.5.2. Metode Penarikan Sampel.....	31
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	31
3.7. Metode Analisis Data .....	32
3.8. Pengujian Instrumen Penelitian.....	32
3.8.1. Uji Validitas .....	32
3.8.2. Uji Reliabilitas .....	32
<b>BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
4.1. Hasil Penelitian.....	33
4.1.1. Profil Responden.....	33
4.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	35
4.1.3. Analisis Data Penelitian .....	38

4.2. Pembahasan Penelitian .....	42
BAB V: KESIMPULAN .....	52
5.1. Kesimpulan.....	52
5.2. Implikasi Manajerial.....	53
5.3. Keterbatasan dan Saran Penelitian Berikutnya .....	55
DAFTAR PUSTAKA .....	57
LAMPIRAN.....	A



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Model Penelitian .....	26
-------------------------------------	----



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan Minuman, Restoran, dan Sejenisnya, 2010-2020 .....	3
Tabel 1. 2. Jumlah Restoran di Jabodetabek per Oktober 2021 .....	4
Tabel 1. 3. Daftar Harga Menu Restoran Buffet Bertema Jepang: Kintan Buffet, Shabu Hachi, Gyu-Kaku, Kobeshi, dan Shaburi.....	4
Tabel 3. 1. Operasionalisasi Variabel.....	28
Tabel 3. 2. Kategori Jawaban Responden .....	30
Tabel 4. 1. Data Profil Responden.....	34
Tabel 4. 2. Distribusi Jawaban Variabel Perceived Communication Consistency	35
Tabel 4. 3. Distribusi Jawaban Variabel Brand Satisfaction.....	36
Tabel 4. 4. Distribusi Jawaban Variabel Brand Trust .....	36
Tabel 4. 5. Distribusi Jawaban Variabel Affective Brand Commitment .....	37
Tabel 4. 6. Distribusi Jawaban Variabel Brand Loyalty .....	38
Tabel 4. 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
Tabel 4. 8. Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	40
Tabel 4. 9. Nilai R-Square Penelitian.....	41
Tabel 4. 10. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian .....	42

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	A
Lampiran 2. Hasil Penelitian Awal.....	E
Lampiran 3. Outer Model sebelum diuji kembali.....	I
Lampiran 4. Hasil Penelitian.....	J

