

DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	ixi
DAFTAR TABEL	ixii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. <i>Brand Image</i>	10
2.2. <i>Brand Satisfaction</i>	11
2.3. <i>Brand Trust</i>	12
2.4. <i>Brand Loyalty</i>	13
2.5. Pengembangan Hipotesis	14
2.5.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	14
2.5.2. Pengaruh <i>Brand Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	14
2.5.3. Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	15
2.6. Model Penelitian	16
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1. Obyek Penelitian	17
3.2. Unit Analisis	17
3.3. Tipe Penelitian	18

3.4. Operasional Variable Penelitian.....	18
3.5. Populasi Dan Sampel.....	21
3.5.1. Penentuan Jumlah Sampel	21
3.5.2. Metode Penarikan Sampel	22
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	22
3.7. Metode Analisis Data	23
3.8. Pengujian Instrumen Penelitian	24
3.8.1. Uji Validitas	24
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	25
3.8.3. Hasil uji insturmen penelitian	25
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1. Hasil Penelitian	27
4.1.1. Profil Responden	27
4.1.2. Deskripsi konstruk penelitian.....	29
4.1.3. Analisis data penelitian.....	33
4.2. Pembahasan	40
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1. Kesimpulan	43
5.2. Implikasi Manajerial.....	43
5.3. Keterbatasan dalam penelitian dan saran untuk penelitian mendatang	45
DAFTAR PUSTAKA	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Konsumsi Kopi Di Indonesia.....	3
Gambar 1. 2 Data Penjualan Starbucks Di Indonesia	4
Gambar 4.1. Hasil Pengujian SEM-PLS.....	48



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Award Cafe Kopi.....	2
Tabel 3.1.Operasionalisasi Variabel	23
Tabel 3.2.Validitas Konvergen (Outer Loading).....	31
Tabel 3.3.Reabilitas dan Validitas Konstruk.....	32
Tabel 4.1.Karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin.....	34
Tabel 4.2.Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.3.Karakteristik responden berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	35
Tabel 4.4.Frekuensi melakukan pembelian Starbucks di Jakarta dalam 3 bulan terakhir.....	36
Tabel 4.5.Tabel skala likert.....	37
Tabel 4.6.Konstruk Brand Image.....	38
Tabel 4.7.Konstruk Brand Satisfaction.....	39
Tabel 4.8.Konstruk Brand Trust.....	40
Tabel 4.9.Konstruk Brand Loyalty.....	41
Tabel 4.10.Average Variance Extracted (AVE).....	42
Tabel 4.11.Outer Loading.....	43
Tabel 4.12.Hasil Uji reliabilitas.....	44
Tabel 4.13.Koefisien Determinasi.....	45
Tabel 4.14 Predictive Relevane (Q2).....	46
Tabel 4.15.Nilai Inner VIF.....	47
Tabel 4.18.Hasil Uji Aktual dengan Hipotesis.....	47