

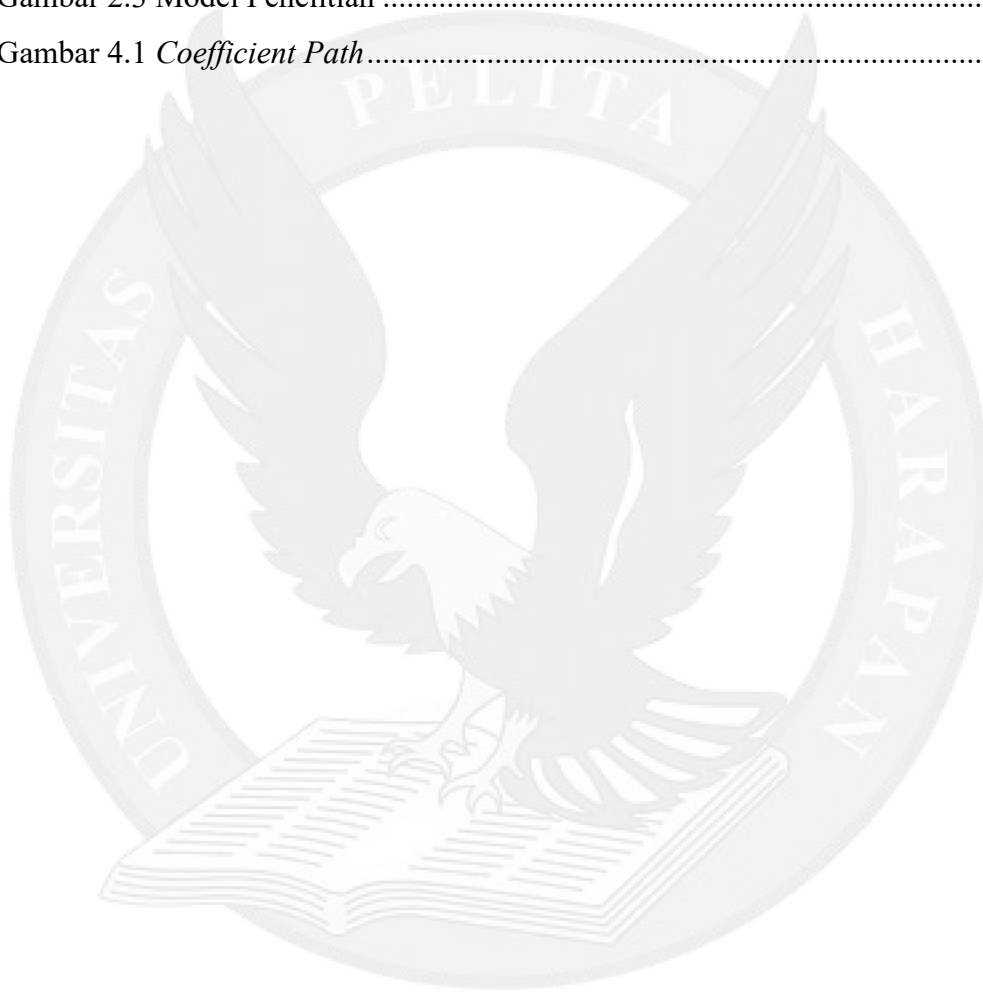
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
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.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Balakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Batasan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.2 Hubungan Antar Variabel Penelitian	18
2.2.1 Hubungan <i>Brand Awareness</i> dengan <i>Brand Image</i>	18
2.2.2 Hubungan <i>Brand Awareness</i> dengan <i>Brand Trust</i>	19
2.2.3 Hubungan <i>Brand Awareness</i> dengan <i>Brand Loyalty</i>	20
2.2.4 Hubungan <i>Brand Image</i> dengan <i>Brand Trust</i>	20
2.2.5 Hubungan <i>Brand Image</i> dengan <i>Brand Loyalty</i>	21

2.2.6 Hubungan <i>Brand Trust</i> dengan <i>Brand Loyalty</i>	22
2.2.7 Hubungan <i>Brand Awareness</i> dengan <i>Brand Loyalty</i> dimediasi oleh <i>Brand Trust</i>	22
2.2.8 Hubungan <i>Brand Awareness</i> dengan <i>Brand Loyalty</i> dimediasi oleh <i>Brand Image</i>	23
2.3 Model Penelitian.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Objek Penelitian	27
3.2 Jenis Penelitian.....	28
3.3 Populasi dan Sampel Data.....	29
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian (Tabel DKDO).....	32
3.5 Metode Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	44
4.2 Hasil Analisis Data	45
4.3 Uji Validitas	46
4.4 Uji Realibilitas.....	52
4.5 Uji Model.....	52
4.6 Pengujian Hipotesis	56
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Implikasi Teoritis.....	76
5.3 Implikasi Manajerial	76
5.4 Keterbatasan Penelitian dan Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	86
LAMPIRAN A. KUESIONER PENGUJIAN AKTUAL	86
LAMPIRAN B. HASIL EXCEL UJI PENDAHULUAN AKTUAL	93
LAMPIRAN C. HASIL ANALISA SMART PLS.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Tabungan BritAma vs Top 3 Perbankan BUMN Indonesia	3
Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	13
Gambar 2.2 Piramida <i>Brand Loyalty</i>	18
Gambar 2.3 Model Penelitian	25
Gambar 4.1 <i>Coefficient Path</i>	73



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian (Tabel DKDO)	32
Tabel 3.2 Uji <i>Pretest AVE</i>	41
Tabel 3.3 Uji <i>Pretest Outer Loadings</i>	42
Tabel 3.4 Uji <i>Pretest Composite Reliability</i>	43
Tabel 3.5 Uji <i>Pretest Heterotrait-Monotrait (HTMT)</i>	43
Tabel 4.1 Profil Respoden Penelitian	42
Tabel 4.2 Hasil <i>Outer Loadings</i>	44
Tabel 4.3 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	45
Tabel 4.4 Hasil <i>Cross Loadings Analysis Result</i>	46
Tabel 4.5 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	48
Tabel 4.6 <i>Heterotrait-Monotrait (HTMT)</i>	49
Tabel 4.7 Hasil <i>Reliability Test Result</i>	50
Tabel 4.8 Nilai <i>Inner Variance Inflation Factor</i>	52
Tabel 4.9 Hasil <i>R Square</i>	53
Tabel 4.10 Hasil <i>F Square</i>	53
Tabel 4.11 <i>Total Effect Result</i>	55