

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....</b>	<b>I</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....</b>	<b>II</b>
<b>PERSETUJUAN TIMG PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>III</b>
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR .....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>VII</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VIII</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XIII</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XIV</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah... ..	8
1.3 Tujuan Penelitian... ..	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
1.5 Sistematikan Penelitian .....	10
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Brand .....	11
2.2 Brand Image .....	13
2.3 Brand Trust .....	14
2.4 Brand Satisfaction .....	15
2.5 Brand Experience .....	17
2.6 Brand Loyalty .....	19
2.7 Hubungan Antar Variabel... ..	21
2.7.1 Kaitan Antara Brand Image dan Brand Trust.....	21
2.7.2 Kaitan Antara Brand Image dan Brand Satisfaction .....	22
2.7.3 Kaitan Antara Brand Image dan Brand Experience .....	22
2.7.4 Kaitan Antara Brand Trust dan Brand Loyalty.....	23
2.7.5 Kaitan Antara Brand Satisfaction dan Brand Trust.....	24
2.7.6 Kaitan Antara Brand Experience dan Brand Trust.....	24

<b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Objek Penelitian.....	26
3.2 Unit Analisis .....	26
3.3 Jenis Penelitian.....	28
3.4 Operasional Variabel.....	29
3.5 Populasi dan Sampel.....	32
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel .....	33
3.5.2 Objek Penelitian .....	34
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7 Metode Analisis Data.....	38
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	38
3.7.2 Analisis Statistik Inferensial .....	39
3.7.2.1 Model Pengukuran Outer Model .....	40
3.7.2.2 Model Pengukuran Inner Model.....	41
3.8 Hasil Uji Pretest .....	42
3.8.1 Validitas .....	42
3.8.2 Reliabilitas.....	43
<b>BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Karakteristik Profil Responden .....	45
4.2 Deskriptif Variabel Penelitian .....	47
4.2.1 Brand Image.....	48
4.2.2 Brand Trust.....	49
4.2.3 Brand Satisfaction.....	49
4.2.4 Brand Experience.....	50
4.2.5 Brand Loyalty .....	51
4.3 Hasil Analisa <i>Partial Least Square</i> .....	52
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran Outer Mode.....	52
4.3.1.1 Validitas Konvergen.....	52
4.3.1.2 Validitas Diskriminan .....	54
4.3.1.3 Reliabilitas .....	54
4.3.2 Evaluasi Model Pengukuran Inner Model.....	55
4.3.2 Evaluasi Model Pengukuran Inner Model.....	55
4.3.2.1 R-Square .....	55

4.3.2.2 Q-Square .....	56
4.3.2.3 F-Square.....	56
4.3.2.4 Multikolinearitas .....	57
4.4 Pengujian Hipotesis .....	57
4.4 Pembahasan .....	59
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Implikasi Manajerial.....	66
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Selanjutnya .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lini Bisnis Astra.....	2
Gambar 2.1 Piramida Merek.....	12
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Kuadran IPMA.....	66



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Analisa Kunjungan Website TRAC dan Kompetitor.....	6
Tabel 1.2 Analisa CSI CLI TRAC .....	7
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional .....	30
Tabel 3.2 Hasil <i>Outer Loading Pre Test</i> .....	42
Tabel 3.3 Hasil AVE <i>Pre Test</i> .....	42
Tabel 3.4 Hasil HTMT .....	43
Tabel 3.5 Hasil Reliabilitas <i>Pre Test</i> .....	43
Tabel 4.1 Profil Responden.....	45
Tabel 4.2 Kategori Skala Likert.....	48
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	48
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif <i>Brand Trust</i> .....	49
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif <i>Brand Satisfaction</i> .....	50
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif <i>Brand Experience</i> .....	50
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif <i>Brand Loyalty</i> ... ..	51
Tabel 4.8 Hasil <i>Outer Loading</i> .....	52
Tabel 4.9 Hasil AVE .....	53
Tabel 4.10 Hasil HTMT .....	54
Tabel 4.11 Hasil Reliabilitas .....	55
Tabel 4.12 Hasil <i>R Square</i> .....	56
Tabel 4.13 Hasil <i>Q Square</i> .....	56
Tabel 4.14 Hasil <i>F Square</i> .....	57
Tabel 4.15 Hasil Multikolinearitas .....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis .....	58
Tabel 4.17 Nilai <i>Importance</i> dan <i>Performance</i> Konstruk .....	66
Tabel 4.18 Nilai <i>Importance</i> dan <i>Performance</i> Konstruk .....	67
Tabel 4.19 Hasil IPMA.....	67