

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Pendahuluan	1
1.2. Identifikasi Masalah, Pembatasan dan Rumusan Masalah	13
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	13
1.2.2. Rumusan Masalah.....	14
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Kegunaan Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka.....	16
2.1.1. Konsep Kualitas Produk	16
2.1.1.1 Definisi Kualitas	16
2.1.1.2 Produk	17
2.1.1.3 Kualitas Produk.....	24
2.1.2. Konsep Kepercayaan Merek	27
2.1.2.1 Definisi Brand.....	28
2.1.2.2 Tingkatan Merek.....	30
2.1.2.3 Klasifikasi Merek.....	31
2.1.2.4 Kriteria Merek yang baik	32
2.1.2.5 Manfaat dan keuntungan merek.....	33
2.1.2.6 Kepercayaan Terhadap Merek	35
2.1.3. Loyalitas Merek	36
2.2. Kerangka Pemikiran.....	39

2.3.Hipotesis	47
---------------------	----

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	48
3.2. Metode Penelitian.....	49
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	49
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	50
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	56
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	57
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	59
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas & Reliabilitas	61
3.2.7 Teknik Analisis Data	68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	84
4.1.1 Gambaran Umum dan Sejarah Canon	84
4.1.2 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Merek Sebelumnya dan Jenis Kelamin.....	90
4.1.3 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Merek Sebelumnya dan Usia.....	91
4.1.4 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Merek Sebelumnya dan Status Pernikahan.....	93
4.1.5 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Merek Sebelumnya dan Pendapatan.....	94
4.1.6 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Merek Sebelumnya dan Pendidikan	95
4.1.7 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Merek Sebelumnya dan Pekerjaan.....	97
4.1.8 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Merek Sebelumnya dan Lama Memakai Kamera	99
2.1.9 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Merek	

Alasan Mengganti Kamera.....	99
2.1.10 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Merek Sebelumnya dan Pengguna Kamera	101
2.1.11 Karakteristik Responden Dilihat Berdasarkan Merek Sebelumnya dan Lama Menjadi Member	102
2.1.12 Pengalaman Responden Berdasarkan Pemberian Peringkat Pada Kamera sejenis.....	103
4.3 Gambaran Variabel Penelitian	104
4.3.1 Variabel Kualitas Produk	104
4.3.1.1 Tanggapan Responden terhadap <i>Performance</i>	105
4.3.1.2 Tanggapan responden terhadap <i>Durability</i>	107
4.3.1.3 Tanggapan responden terhadap <i>Conformance to Spesification</i>	109
4.3.1.4 Tanggapan responden terhadap <i>Features</i>	111
4.3.1.5 Tanggapan responden terhadap <i>Aesthetic</i>	112
4.3.1.6 Tanggapan responden terhadap <i>Reliability</i>	114
4.3.1.7 Tanggapan responden terhadap <i>Perceived Quality</i>	116
4.3.1.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	118
4.3.2 Gambaran Variabel Y (Kepercayaan Merek)	120
4.3.2.1 Tanggapan responden terhadap <i>Rely</i>	120
4.3.2.2 Tanggapan responden terhadap <i>Trust</i>	122
4.3.2.3 Tanggapan responden terhadap <i>Honest</i>	125
4.3.2.4 Tanggapan responden terhadap <i>Safe</i>	126
4.3.2.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Merek.....	128
4.3.3 Gambaran Variabel Z (Loyalitas Merek).....	130
4.3.3.1 Tanggapan responden terhadap <i>Purchase Loyalty</i>	130
4.3.3.2 Tanggapan responden terhadap <i>Attitudinal Loyalty</i>	132
4.3.3.3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek.....	134

4.4 Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	136
4.4.1 Pengujian Hipotesisi	136
4.4.1.1 Pengujian Hipotesisi I	136
4.4.1.2 Pengujian Hipotesisi II	141
4.4.2 Pembahasan Penelitian Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Merek serta dampaknya Pada Loyalitas Merek.....	145
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan	148
5.2 Rekomendasi	150
DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	