# DAFTAR ISI

[HALAMAN JUDUL i](#_Toc17142664)

[PENGESAHAN ii](#_Toc17142665)

[ABSTRAK iii](#_Toc17142666)

[ABSTRACT iv](#_Toc17142667)

[KATA PENGANTAR v](#_Toc17142668)

[DAFTAR ISI vii](#_Toc17142669)

[DAFTAR GAMBAR x](#_Toc17142670)

[DAFTAR TABEL xi](#_Toc17142671)

[DAFTAR GRAFIK xii](#_Toc17142672)

[DAFTAR LAMPIRAN xiii](#_Toc17142673)

[BAB I](#_Toc17142674) [PENDAHULUAN 1](#_Toc17142675)

[A. Latar Belakang 1](#_Toc17142676)

[B. Identifikasi Masalah 9](#_Toc17142677)

[C. Batasan Masalah 10](#_Toc17142678)

[D. Batasan Penelitian 10](#_Toc17142679)

[E. Rumusan Masalah 11](#_Toc17142680)

[F. Tujuan Penelitian 11](#_Toc17142681)

[G. Manfaat Penelitian 11](#_Toc17142682)

[BAB II](#_Toc17142683) [KAJIAN PUSTAKA 13](#_Toc17142684)

[A. Landasan Teoritis 13](#_Toc17142685)

[1. *E-commerce* 13](#_Toc17142686)

[2. Loyalitas Konsumen 17](#_Toc17142687)

[3. Merek (*Brand)* 22](#_Toc17142688)

[4. *Brand Image* 25](#_Toc17142689)

[5. *Brand Trust* 28](#_Toc17142690)

[B. Penelitian Terdahulu 31](#_Toc17142691)

[C. Kerangka Pemikiran 36](#_Toc17142692)

[1. Pengaruh *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Konsumen 36](#_Toc17142693)

[2. Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen 37](#_Toc17142694)

[3. Pengaruh Brand Trust Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen 38](#_Toc17142695)

[D. Hipotesis 38](#_Toc17142696)

[BAB III](#_Toc17142697) [METODE PENELITIAN 40](#_Toc17142698)

[A. Objek Penelitian 40](#_Toc17142699)

[B. Desain Penelitian 40](#_Toc17142700)

[1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian 40](#_Toc17142701)

[2. Metode Pengumpulan Data 41](#_Toc17142702)

[3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel 41](#_Toc17142703)

[4. Tujuan Studi 41](#_Toc17142704)

[5. Dimensi Waktu 41](#_Toc17142705)

[6. Cakupan Topik 41](#_Toc17142706)

[7. Lingkungan Penelitian 42](#_Toc17142707)

[8. Kesadaran Persepsi Partisipan 42](#_Toc17142708)

[C. Variabel Penelitian 42](#_Toc17142709)

[1. *Independent Variable* 42](#_Toc17142710)

[2. *Dependent Variable* 43](#_Toc17142711)

[D. Teknik Pengumpulan Sampel 43](#_Toc17142712)

[E. Teknik Pengumpulan Data 44](#_Toc17142713)

[F. Teknik Analisis Data 45](#_Toc17142714)

[1. Uji Instrumen Kuesioner 45](#_Toc17142715)

[2. Analisis Deskriptif 48](#_Toc17142716)

[3. Uji Asumsi Klasik 50](#_Toc17142717)

[4. Analisis Regresi Linier Berganda 51](#_Toc17142718)

[BAB IV](#_Toc17142719) [ANALISIS DAN PEMBAHASAN 54](#_Toc17142720)

[A. Gambaran Umum Perusahaan 54](#_Toc17142721)

[B. Pengumpulan Data 56](#_Toc17142722)

[1. Analisis Data Responden 56](#_Toc17142723)

[2. Analisis Deskriptif 58](#_Toc17142724)

[3. Uji Intrumen Penelitian 61](#_Toc17142725)

[4. Uji Asumsi Klasik 65](#_Toc17142726)

[5. Uji Regresi Linier Berganda 67](#_Toc17142727)

[C. Hasil Penelitian 71](#_Toc17142728)

[D. Pembahasan 72](#_Toc17142729)

[BAB V](#_Toc17142730) [KESIMPULAN DAN SARAN 74](#_Toc17142731)

[A. Kesimpulan 74](#_Toc17142732)

[B. Saran 74](#_Toc17142733)

[1. Bagi Perusahaan 74](#_Toc17142734)

[2. Bagi peneliti selanjutnya 76](#_Toc17142735)

[DAFTAR PUSTAKA 77](#_Toc17142736)