

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1 After-Sales Service.....	9
2.1.2 Brand Trust.....	12
2.1.3 Brand Loyalty.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
2.4 Hipotesis.....	26
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	27
3.1 Objek Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.2.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2.2 Operasionalisasi Penelitian.....	28
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.2.4 Model Penelitian.....	34
3.2.5 Teknis Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN	55
4.1 Analisis Eksplanasi Variabel.....	55
4.1.1 Analisis Eksplanasi Variabel.....	55
4.1.2 Uji Instrumen Variabel X, Z dan Y.....	55
4.1.3 After-Sales Service pada Tipe Vario.....	57
4.1.4 Brand Trust pada tipe Vario.....	60
4.1.5 Brand Loyalty pada tipe Vario.....	62
4.1.6 Uji Asumsi Klasik.....	64

4.1.7 Analisis Regresi dengan metode Product of Coefficient.....	67
4.2 Pembahasan.....	70
4.2.1 After-Sales Service, Brand Trust dan Brand Loyalty.....	70
4.2.2 Pengaruh After-Sales Service terhadap Brand Loyalty.....	71
4.2.3 Pengaruh After-Sales Service terhadap Brand Trust.....	71
4.2.4 Pengaruh Brand Trust Terhadap Brand Loyalty.....	72
4.2.5 Pengaruh After-Sales Service terhadap Brand Loyalty melalui Brand Trust.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 SIMPULAN.....	77
5.2 SARAN.....	77
5.2.1 Saran bagi Praktisi.....	77
5.2.2 Saran bagi Akademisi.....	77