

DAFTAR ISI	
HALAMAN SAMPUL JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACK.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian	10
C. Rumusan Masalah.....	12
D. Tujuan Penelitian	12
E. Kegunaan Penelitian	13
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	14
G. Penegasan Variabel.....	15
H. Sistematika Penulisan	16
BAB II	19
LANDASAN TEORI.....	19
A. Teori Perilaku Konsumen	19
B. Kajian Teori Variabel.....	23

C. Kajian Penelitian Terdahulu	39
D. Kerangka Teori	47
E. Hipotesis Penelitian.....	49
BAB III.....	56
METODE PENELITIAN	56
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	56
B. Lokasi Penelitian.....	57
C. Variabel, Pengukuran dan Sumber Data	57
D. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	59
E. Instrumen Penelitian	62
F. Teknik Pengumpulan Data.....	67
G. Analisis Data	68
H. Tahapan Penelitian.....	74
BAB IV	75
HASIL PENELITIAN	75
A. Deskripsi Data.....	75
1. Profil Perusahaan McDonald's	75
2. Visi dan Misi Perusahaan McDonald's.....	76
B. Deskripsi Responden	76
1. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	77
2. Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
3. Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	79
C. Deskripsi Data Variabel Penelitian	79
1. Kepercayaan Merek (X1).....	80
2. Kesadaran Merek (X2).....	83
3. Citra Merek (X3).....	82
4. Loyalitas (X4)	88
5. Keputusan Pembelian (Y)	91
D. Hasil Analisis Data	92
1. Uji Instrumen Data.....	94
2. Uji Asumsi Klasik.....	98

3.	Uji Regresi Linier Berganda	103
4.	Uji Hipotesis	104
5.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	107
BAB V.....		109
PEMBAHASAN		109
A.Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's Pasca Boikot di Kota Kediri.....		109
B.Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's Pasca Boikot di Kota Kediri.....		113
C.Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's Pasca Boikot di Kota Kediri		118
D.Pengaruh Loyalitas terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's Pasca Boikot di Kota Kediri.		121
E.Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek, Citra Merek dan Loyalitas terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's Pasca Boikot di Kota Kediri.....		124
BAB VI.....		130
PENUTUP		130
A. Kesimpulan		130
B. Saran		132
DAFTAR PUSTAKA.....		134
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....		142

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 (Karakteristik Responden Berdasarkan Usia).....	77
Diagram 4.2 (Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin).....	78
Diagram 4.3 (Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir).....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Instrumen Penelitian Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek, Citra Merek, Loyalitas dan Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.1 : Hasil Kuesioner Kepercayaan Merek (X1)	80
Tabel 4.2 : Hasil Kuesioner Kesadaran Merek (X2)	83
Tabel 4.3 : Hasil Kuesioner Citra Merek (X3).	86
Tabel 4.4 :Hasil Kuesioner Loyalitas (X4).....	88
Tabel 4.5 : Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian (Y).....	91
Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas	96
Tabel 4.7 : Hasil Uji Realibilitas	97
Tabel 4.8 : Hasil Uji Normalitas	99
Tabel 4.9 : Hasil Uji Multikolinearitas	100
Tabel 4.10 : Hasil Uji Heteroskedastisita	102
Tabel 4.11 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda	103
Tabel 4.12 : Hasil Uji Parsial (t)	105
Tabel 4.13 : Hasil Uji Simultan (f)	107
Tabel 4.14 : Hasil Uji Determinasi (R).....	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Brand Indeks (Top <i>Brand Award</i> 2020-2024).....	5
Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 3 : Output Data SPSS

Lampiran 5 : Kartu Kendali Bimbingan

Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup