

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT	ii
PERTANGGUNGJAWABAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
RINGKASAN	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.2.1 Pernyataan Masalah	9
1.2.2 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kontribusi Penelitian	11
1.4.1 Kontribusi Teoritis.....	11
1.4.2 Kontribusi Praktis	11
1.5 Gambaran Kontekstual Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 <i>Food Quality</i>	16
2.1.2 <i>Service Quality</i>	17
2.1.3 <i>Perceived Value</i>	20
2.1.4 <i>Brand Image</i>	22
2.1.5 <i>Brand Trust</i>	24
2.2 Kajian Empiris.....	27
2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian	34
2.3.1 Kerangka Konseptual.....	34
2.3.2 Hipotesis Penelitian	35

BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Bentuk Penelitian.....	41
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	41
3.3 Data.....	41
3.4 Populasi dan Sampel.....	42
3.4.1 Populasi.....	42
3.4.2 Sampel	42
3.5 Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	43
3.5.1 Variabel Penelitian.....	43
3.5.2 Operasional Variabel Penelitian	44
3.5.3 Pengukuran Variabel Penelitian.....	51
3.6 Metode Analisis Data	52
3.6.1 Analisis Deskriptif	52
3.6.2 Analisis Kuantitatif	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Hasil Penelitian.....	55
4.1.1 Analisis Deskriptif	55
4.1.2 Analisis Kuantitatif	68
4.2 Pembahasan	80
4.2.1 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	81
4.2.2 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Brand Trust</i>	81
4.2.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	82
4.2.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Trust</i>	83
4.2.5 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Brand Image</i>	83
4.2.6 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Trust</i>	84
4.2.7 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Trust</i>	84
4.2.8 Pengaruh <i>Food Quality</i> terhadap <i>Brand Trust</i> melalui <i>Brand Image</i> ...	85
4.2.9 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Trust</i> melalui <i>Brand Image</i>	85
4.2.10 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Brand Trust</i> melalui <i>Brand Image</i>	86
BAB V PENUTUP.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran dan Rekomendasi	89
5.3 Keterbatasan Penelitian	90

DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	97