

## DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
1.1	<i>Market Share</i> Produk Sampo Periode 2009-2016 .....	6
1.2	<i>Brand Value</i> Produk Sampo Periode 2009-2016 .....	7
1.3	<i>Top Brand Index</i> Periode .....	8
2.1	Penelitian Terdahulu .....	32
3.1	Skala <i>Likert</i> .....	42
3.2	Definisi Operasional variabel <i>Brand Identity</i> (X1).....	47
3.3	Definisi Operasional Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	47
3.4	Definisi Operasional Variabel <i>Brand Trust</i> (Z).....	48
3.5	Definisi Operasional Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Y).....	48
3.6	Nilai <i>Range</i> Uji Reliabilitas .....	51
3.7	Ukuran <i>Goodness Of Fit</i> .....	54
4.1	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2	Berdasarkan Usia .....	59
4.3	Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.4	Berdasarkan Jumlah Pembelian .....	62
4.5	Uji Validitas Identitas Merek ( <i>Brand Identity</i> ).....	64
4.6	Uji Validitas Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	65
4.7	Uji Validitas Kepercayaan Merek ( <i>Brand Trust</i> ).....	65
4.8	Uji Validitas Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ).....	66
4.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	67
4.10	Hasil Pengukuran Indikator Konstruktif .....	68
4.11	Hasil Perhitungan <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i> .....	69
4.12	Persamaan Model Structural .....	71
4.13	Hasil <i>Goodness Of Fit</i> .....	73
4.14	Pengujian Hubungan Model Struktural .....	78