

# DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTARAK	
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	10
1.5 Kerangka Pemikiran .....	10
1.6 Hipotesis .....	12
II. LANDASAN TEORI.....	13
2.1. Pengertian Pemasaran .....	13
2.2. Pengertian Merek .....	14
2.3. Peran dan Manfaat Merek .....	14
2.4. Pengertian Ekuitas Merek .....	15
2.5. Elemen – Elemen Ekuitas Merek.....	16
2.5.1 Kesadaran Merek .....	17
2.5.2 Asosiasi Merek.....	18
2.5.3 Persepsi Kualitas .....	20
2.5.4 Loyalitas Merek .....	21
2.6. Perilaku Konsumen .....	24
2.7 Keputusan Pembelian.....	26

III. METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis Penelitian .....	32
3.2 Sumber dan Teknik pengumpulan data.....	33
3.2.1 Sumber Data .....	33
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.3 Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel .....	34
3.4 Penentuan Populasi dan Sampel .....	37
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
3.5.1 Uji Validitas.....	39
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	40
3.6 Metode Analisis Data .....	41
3.6.1 Analisis Data Kualitatif .....	41
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	42
3.7 Rancangan Pengujian Hipotesis .....	42
3.7.1 Pengujian Hipotesis secara keseluruhan (uji F).....	42
3.7.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) .....	43
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	44
4.1 Pelaksanaan Survei .....	44
4.2 Uji Validitas dan Realibilitas .....	44
4.2.1 Uji Validitas .....	44
4.2.2 Uji Realibilitas.....	45
4.3 Hasil Penelitian .....	47
4.3.1 Hasil Analisis Kualitatif .....	47
4.3.2 Analisis Kuantitatif .....	59
4.3.2.1 Analisi Regresi Linier Berganda .....	59

4.3.2.2 Uji Simultan (Uji F).....	61
4.3.2.3 Uji Parsial (Uji t) .....	62
4.3.2.4 Koefisien Determinasi .....	65
4.4 Pembahasan .....	66
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran .....	74
DAFTAR PUSTAKA .....	76
LAMPIRAN	