

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Kerangka Pemikiran	11
1.6. Hipotesis	15
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Pengertian Pemasaran	16
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2.3. Pengertian Strategi Pemasaran	17
2.4. Pengertian Produk	18
2.5. Pengertian Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	19
2.5.1 Pengertian Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	23

2.5.2	Pengertian Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	26
2.5.3	Pengertian Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>).....	30
2.5.4	Pengertian Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)	34
2.6.	Penelitian terdahulu.....	35
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis penelitian	37
3.2.	Lokasi Penelitian.....	38
3.3.	Sumber Data.....	38
3.4.	Populasi dan Sampel	39
3.4.1	Populasi	39
3.4.2	Sampel	39
3.5.	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.6.	Operasional Variabel	41
3.6.1.	Variabel Penelitian	41
3.6.2.	Definisi Operasional Variabel	42
3.6.3.	Skala Pengukuran Variabel	45
3.7.	Validitas dan Reliabilitas	46
3.7.1.	Validitas.....	46
3.7.2.	Reliabilitas.....	47
3.8.	Analisis Kuantitatif	48
3.9.	Pengujian Hipotesis.....	48
3.9.1.	Koefisien Determinasi (R^2)	49
3.9.2.	Uji Signifikansi Simultan (Uji-f).....	49

3.9.3.	Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Uji Validitas dan Uji Realibilitas	51
4.1.1	Uji Validitas dengan <i>Product Moment</i>	51
4.1.2	Uji Reliabilitas	52
4.2.	Analisis Kuantitatif	52
4.2.1.	Hasil Analisis Variabel Demografi	52
4.2.2.	Hasil Analisis Variabel Tingkat Usia Responden.....	53
4.2.3	Hasil Analisis Variabel Pekerjaan.....	54
4.2.3	Hasil Analisis Variabel Tingkat Pendapatan Perbulan ...	55
4.3.	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	56
4.3.1.	Tanggapan Tentang Ekuitas Merek	56
4.3.2.	Tanggapan Tentang Keputusan Pembelian <i>handphone</i> Apple iPhone (Y).....	69
4.4.	Analisis Kuantitatif	71
4.4.1.	Uji Regresi Linier Berganda	71
4.4.2.	Uji F (Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama	72
4.4.3.	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN