

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teori.....	12
2.1.1. Kajian Tentang pemasaran	12
2.1.2. Kajian Tentang Prilaku Konsumen	13
2.1.3 Kajian Atribut Produk Hedonic Dan Utilitarian	13
2.1.4 Kajian Tentang Merek (<i>Brand</i>)	16
2.1.5 Kajian Tentang Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	17
2.2. Hubungan Antar Variabel	23
2.3. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Ekuitas Merek	25
2.3.1 Atribut Produk (X).....	25
2.3.2 Ekuitas Merek (Y)	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Penentuan Populasi dan Sampel.....	34
3.2. Jenis dan Sumber Data	34
3.3. Teknik Pengumpulan Data	35
3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	35
3.5. Instrumen dan Skala Pengukuran	39
3.6. Uji Instrumen.....	39
3.6.1. Uji Validitas	39
3.6.2. Uji Reabilitas	40
3.7. Metode Analisis Data	40
3.7.1. Transformasi Data Ordinal ke Data Interval	40
3.7.2. Uji Hipotesis.....	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan.....	42
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	44
4.2.1 Uji Validitas	44
4.2.2 Uji Reliabilitas	46
4.3. Karakteristik Responden	47
4.4. Distribusi Tanggapan Responden.....	49
4.4.1 Tanggapan Atribut Produk (X)	49
4.4.1.1 Hasil Tanggapan Responden Tentang Kemudahan Penggunaan (X1)	49
4.4.1.2 Hasil Tanggapan Responden Tentang Persepsi Manfaat (X2)	51
4.4.1.3 Hasil Tanggapan Responden Tentang Hiburan (X3).....	52
4.4.1.4 Hasil Tanggapan Responden Tentang Estetika (X4).....	54
4.4.2 Hasil Jawaban Responden Tentang Ekuitas Merek (Y)	55
4.5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4.5.1. Uji Hipotesis	57
4.6 Pembahasan.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	