

DAFTAR ISI

	Halaman
Daftar Isi	i
Daftar Tabel	iv
Daftar Gambar	vi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Permasalahan	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Kerangka Berfikir	10
1.6. Hipotesis	13
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1. Manajemen Pemasaran.....	15
2.2. Pemasaran Jasa.....	19
2.3. Perilaku Konsumen.....	22
2.3.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	24
2.3.2. Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen	25
2.4. Merek	27
2.4.1. Strategi Merek	29
2.4.2. Sikap Konsumen Terhadap Merek	31
2.5. Ekuitas Merek.....	32
2.5.1. Pengertian dan Fungsi Kesadaran Merek	34
2.5.2. Pengertian dan Fungsi Kualitas Merek	36
2.5.3. Pengertian dan Fungsi Persepsi Asosiasi Merek	37

2.5.4. Pengertian dan Fungsi Loyalitas Merek	39
2.5.5. Pengukuran Loyalitas Merek	41
2.6. Loyalitas Konsumen.....	42
2.7. Hubungan Ekuitas Merek dan Loyalitas Konsumen.....	45
2.8. Keterkaitan Penelitian Sebelumnya.....	46

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian.....	51
3.2. Obyek Penelitian.....	52
3.3. Populasi dan Sampel.....	52
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5. Operasional Variabel	55
3.5.1. Identifikasi Variabel.....	55
3.5.2. Definisi Operasional Variabel.....	55
3.6. Pengujian Instrumen Penelitian.....	58
3.6.1. Uji Validitas	58
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	61
3.6.3. Uji Normalitas Data.....	62
3.6.4. Uji Signifikasi Parsial (Uji t).....	63
3.6.5. Uji Signifikasi Simultan (Uji F).....	64
3.7. Regresi Linier Berganda.....	65

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Tinjauan Umum Perusahaan.....	67
4.2. Karakteristik Responden.....	68
4.3. Analisis Persepsi Konsumen Atas Variabel Kesadaran Merek.....	70
4.4. Analisis Persepsi Konsumen Atas Variabel Kualitas Merek.....	73
4.5. Analisis Persepsi Konsumen Atas Variabel Asosiasi Merek.....	75
4.6. Analisis Persepsi Konsumen Atas Variabel Kesetiaan Merek.....	78
4.7. Analisis Persepsi Konsumen Atas Variabel Loyalitas Konsumen.....	80

4.8. Analisis Pengaruh.....	82
4.8.1. Pengaruh Kesadaran Merek (X1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	84
4.8.2. Pengaruh Kualitas Merek (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	84
4.8.3. Pengaruh Asosiasi Merek (X3) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	85
4.8.4 .Pengaruh Kesetiaan Merek (X4) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	85
4.8.5. Regresi Berganda.....	85
4.8.6. Analisis Pengaruh secara Parsial Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen PT Tiki JNE Cabang Bandar Lampung.....	87
4.8.6.1. Pengaruh Parsial Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Konsumen PT Tiki JNE Cabang Bandar Lampung.....	88
4.8.6.2. Pengaruh Parsial Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen PT Tiki JNE Cabang Bandar Lampung.....	89
4.8.6.3. Pengaruh Parsial Asosiasi Merek Terhadap Loyalitas Konsumen PT Tiki JNE Cabang Bandar Lampung.....	90
4.8.6.4. Pengaruh Parsial Kesetiaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen PT Tiki JNE Cabang Bandar Lampung.....	92

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	94
5.2. Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN