

DAFTAR ISI

Halaman

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah	
1.2 Penelitian.....	12
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian.....	12
1.2.2 Perumusan Masalah Penelitian.....	13
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	13
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	14
1.4.1 Maksud Penelitian.....	14
1.4.2 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.5.1 Manfaat penelitian.....	15
1.5.2 Kegunaan Penelitian.....	15
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN.....	16
2.1 Sejarah Perusahaan.....	16
2.2 Lingkup Bidang Usaha.....	19
2.3 Sumber Daya Manusia.....	21
2.4 Tantangan Bisnis Perusahaan.....	23
2.5 Proses Bisnis Perusahaan.....	23
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKAN PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	26
3.1 Kajian Teori.....	26
3.1.1 Pengertian Merek.....	26
3.1.2 Pengertian Ekuitas Merek.....	27
3.1.3 Elemen-Element Ekuitas Merek.....	30
3.1.4 Loyalitas Merek.....	33

3.1.5	Tingkatan Dalam Loyalitas Merek.....	34
3.1.6	Mengukur Loyalitas Merek.....	35
3.1.7	Nilai Loyalitas Merek.....	36
	Kesadaran	
3.2	Merek.....	38
3.2.1	Mengukur Kesadaran Merek.....	42
3.2.2	Nilai Kesadaran Merek.....	43
3.2.3	Pencapaian Kesadaran Merek.....	45
3.3	Persepsi Kualitas.....	46
3.3.1	Dimensi Persepsi Kualitas.....	47
	Nilai dari	
3.3.2	Kualitas.....	48
	Asosiasi	
3.3.3	Merek.....	50
3.3.4	Nilai Asosiasi Merek.....	51
3.4	Pengertian Dimensi Marketing Mix.....	53
3.4.1	Hubungan dengan Variabel Marketing Mix.....	56
3.4.2	Penelitian Terdahulu.....	60
	Kerangka Pemikiran	
3.5	Penelitian.....	70
3.5.1	Hubungan Antar Variabel.....	70
3.5.1.1	Hubungan Kausalitas Variabel Penelitian.....	70
3.5.1.2	Hubungan Variabel dan Indikator Penelitian.....	71
3.5.1.3	Hubungan Dimensi dan Indikator Penelitian.....	71
3.5.1.4	Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu.....	72
3.6	Hipotesis.....	74

BAB IV	METODE PENELITIAN.....	75
4.1	Desain Penelitian.....	75
4.1.1	Jenis dan Metode Penelitian.....	75
4.1.2	Variabel Penelitian.....	77
4.2.1	Definisi Konsep.....	78
4.2.2	Definisi Operational.....	79
4.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	83
4.3.1	Populasi.....	83
	Sampel	
4.3.2	Penelitian.....	84
4.4	Jenis Dan Sumeber Data.....	87
4.5	Teknik Pengumpulan Data.....	88
4.6	Teknik Analisis Data.....	90
4.6.1	Uji Instrumen Penelitian.....	90
4.6.1.1	Uji Validitas.....	90
4.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	92
4.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	93
4.6.2.1	Uji Asumsi Normalitas.....	93

4.6.2.2	Uji Asumsi Multikolonieritas.....	93
4.6.2.3	Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	94
4.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	94
4.6.3.1	Koefisien Determinasi R^2	96
4.6.3.2	Uji Hipotesis Secara Parsial (uji t).....	96
4.6.3.3	Uji Hipotesis Secara Simultan (uji Statistik F).....	97
4.6.3.4	Analisis Antar Dimensi X dan Y.....	98
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	100
5.1	Karakteristik Responden.....	100
5.1.1	Jenis Kelamin Responden.....	101
5.1.2	Usia Responden.....	102
5.1.3	Pendidikan Terakhir Responden.....	102
5.1.4	Rata-rata Pengeluaran Responden.....	103
5.2	Deskriptif Data Hasil Tanggapan Responden.....	104
5.2.1	Hasil Distribusi Data Variabel Produk.....	104
5.2.2	Hasil Distribusi Data Variabel Harga.....	106
5.2.3	Hasil Distribusi Data Variabel Tempat.....	108
5.2.4	Hasil Distribusi Data Variabel Promosi.....	110
5.2.5	Hasil Distribusi Variabel Ekuitas Merek.....	112
5.3	Uji Instrumen.....	115
5.3.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Produk.....	117
5.3.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga.....	118
5.3.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Tempat.....	119
5.3.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi.....	120
5.3.5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Ekuitas Merek.....	121
5.4	Uji Asumsi Klasik.....	122
5.4.1	Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas.....	122
5.4.2	Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolonieritas.....	123
5.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas.....	124
5.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	126
5.5.1	Koefisien Determinasi R^2	128
5.5.2	Uji Hipotesis Secara Parsial (uji t).....	130
5.5.3	Uji Hipotesis Secara Simultan (uji F).....	134
5.5.4	Analisis Korelasi Antar Dimensi.....	136
5.6	Pembahasan.....	140
5.6.1	Pengaruh Variabel Produk Terhadap Ekuitas Merek.....	140
5.6.2	Pengaruh Variabel Harga Terhadap Ekuitas Merek.....	142
5.6.3	Pengaruh Variabel Tempat Terhadap Ekuitas Merek.....	145
5.6.4	Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Ekuitas Merek.....	148
5.6.5	Pengaruh Variabel Produk, Harga, Tempat, Promosi terhadap Ekuitas Merek.....	150
5.7	Implikasi Hasil Penelitian Terhadap Perusahaan.....	151

BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	153
	6.1 Kesimpulan.....	153
	6.2 Saran.....	156
	DAFTAR PUSTAKA.....	158
	LAMPIRAN.....	164
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	207

