

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	i
<b>ABSTRACT .....</b>	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG THESIS .....</b>	iii
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG THESIS .....</b>	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	v
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS .....</b>	vi
<b>PERNYATAAN.....</b>	vii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	viii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	xi
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....</b>	14
2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Tinjauan Pustaka .....	29
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	30
2.2.2 Teori Efek Terbatas .....	32
2.2.3 Merek .....	38
2.2.4 Brand Strategi .....	39
2.3 Ekuitas Merek .....	40
2.3.1 Fungsi dan Manfaat Ekuitas Merek .....	41
2.3.2 Dimensi Ekuitas Merek.....	42
2.3.3 Faktor-Faaktor yang Mempengaruhi Ekuitas Merek .....	43

2.4Brand Positioning .....	50
2.4.1Asosiasi Merek.....	54
2.5Keputusan Pembelian .....	59
2.5.1Proses Pengambilan dan Keputusan Konsumen .....	68
2.6Kerangka Pemikiran .....	76
2.6.1Hubungan Brand Equity dengan Keputusan Pembelian .....	77
2.6.2Hubungan Brand Position dengan Keputusan Pembelian .....	79
2.6.3Hubungan Brand Position dengan Brand Equity .....	80
 2.7Hipotesis Penelitian .....	80
2.7.1Hipotesis Statistik .....	82
2.7.2Hipotesis Alternatif.....	82
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>83</b>
3.1Paradigma Penelitian .....	83
3.2Jenis Penelitian .....	84
3.3Variabel Penelitian.....	84
3.3.1Definisi Konsep .....	84
3.3.2Definisi Operasional .....	85
3.4Populasi dan Sampel.....	86
3.4.1Populasi Penelitian.....	86
3.4.2Sampel Penelitian.....	87
3.5Jenis dan Sumber Data.....	89
3.6Teknik Pengumpulan Data.....	91
3.7Teknik Analisa Data .....	93
3.7.1Uji Validitas .....	93
3.7.2Uji Reliabilitas .....	98
3.7.3Uji Normalitas Data .....	100
3.7.4Uji Korelasi.....	101
3.7.5Uji Regresi .....	101

3.7.6Uji Hipotesis .....	103
<b>BAB IVHASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>105</b>
4.1Deskripsi Objek Penelitian .....	105
4.1.1Struktur Organisasi .....	108
4.2 Hasil Penelitian .....	122
4.2.1Deskripsi Responden .....	122
4.2.1.1Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	122
4.2.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	123
4.2.1.3Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	124
4.2.1.1Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	124
4.2.1.1Deskripsi Responden Berdasarkan Pengalaman sebagai Golfer.....	125
4.3Hasil Penelitian .....	126
4.3.1Deskripsi variable <i>Brand Positioning</i> (Variabel X).....	126
4.3.2 Deskripsi Variabel <i>Brand Equity</i> (X2).....	141
4.3.3Deskripsi Variable Keputusan Pembelian (Variabel Y) .....	149
4.3.4Uji Normalitas Data .....	158
4.4.5Uji Koefisien Korelasi .....	159
4.4.6Uji Regresi Linier Berganda .....	162
4.4.7 Uji Hipotesis .....	164
4.5 Pembahasan .....	166
4.5.1 <i>Brand Positioning</i> (X1).....	167
4.5.2 <i>Brand Equity</i> (x2) .....	170
4.5.3 Keputusan Pembelian (Y) .....	172
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>176</b>
5.1Simpulan .....	176
5.2Saran .....	178
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>179</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>180</b>