

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Batasan Masalah	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Konsep dan Definisi Perasarhan	7
B. Produk	9
1. Pengertian Produk	9
2. Tingkatan Produk / Hierarki Produk	10
3. Klasifikasi Produk	11
C. Merek	12
D. Ekuitas Merek	15
E. Elemen Ekuitas merek	17

1. Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	17
2. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	22
3. Kesan Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	25
4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	29
5. Aset-aset Merek Lainnya (<i>Other Proprietary Brand Assets</i>) .	34
F. Kepercayaan Pelanggan	34
G. Pengaruh Loyalitas Merek, Kesadaran Merek, Kesan Kualitas dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Pelanggan	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	38
B. Metode Penelitian	41
C. Sampel Penelitian	41
D. Variabel dan Pengukurannya	42
E. Metode Pengumpulan Data	45
F. Metode Analisa Data	48
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	48
2. Uji Statistik	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskriptif Hasil Penelitian	51
1. Karakteristik Responden	52
2. Deskripsi Variabel	55

B. Validitas dan Reliabilitas	57
1. Validitas Alat Ukur	57
2. Reliabilitas Alat Ukur	59
C. Analisis Model dan Pengujian Hipotesis	60
1. Analisis Model	60
2. Pengujian Hipotesis	63
D. Pembahasan	67

BAHAGIAN V SIMULASI DAN SARAN

A. Kesimpulan	69
B. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP