

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah .....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Kerangka Teoritis .....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.1.1 Defenisi Pemasaran .....	10
2.1.2 Merek .....	12
2.1.2.1 Pengertian Merek.....	12
2.1.2.2 Peranan dan Kegunaan Merek .....	14

2.1.3 Ekuitas Merek.....	16
2.1.3.1 Pengertian Ekuitas Merek.....	16
2.1.3.2 Peranan Ekuitas Merek .....	19
2.1.4 Dimensi Pembentuk Ekuitas Merek .....	23
2.1.4.1 Indikator Kesadaran Merek .....	27
2.1.4.2 Indikator Asosiasi Merek.....	34
2.1.4.3 Indikator Persepsi Kualitas .....	40
2.1.4.4 Indikator Loyalitas Merek .....	45
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	46
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	46
2.1.5.2 Peranan-peranan Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	47
2.1.5.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	48
2.1.5.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	51
2.2 Penelitian Yang Relevan .....	53
2.3 Kerangka Berpikir .....	55
2.4 Hipotesis.....	55
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
3.1 Lokasi Penelitian .....	56
3.2 Populasi dan Sampel .....	56
3.2.1 Populasi .....	56
3.2.2 Sampel .....	57
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	58
3.3.1 Variabel Penelitian .....	58
3.3.2 Defenisi Operasional .....	58

3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	61
3.5 Uji Instrumen Penelitian.....	63
3.5.1 Uji Validitas.....	63
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	65
3.6 Teknik Analisis Data .....	66
3.6.1 Uji Asumsi Klasik .....	66
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	68
3.6.3 Pengujian Hipotesis .....	69
3.6.4 Uji Koefisien Determinasi.....	71
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>72</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	72
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	72
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	72
4.2 Deskripsi Responden Penelitian.....	73
4.3 Analisis Data Penelitian .....	74
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	74
4.3.1.1 Uji Validitas.....	74
4.3.1.2 Uji Reliabilitas .....	79
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	81
4.4.1 Uji Normalitas .....	81
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	84
4.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	85
4.4.4 Uji Regresi Linear Berganda .....	86
4.5 Uji hipotesis.....	88
4.5.1 Uji F.....	88

4.5.2 Uji T (Parsial) .....	90
4.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	92
4.7 Pembahasan Penelitian .....	92
4.7.1 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	93
4.7.2 Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian ...	94
4.7.3 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian	95
4.7.4 Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian..	95
4.7.5 Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualias dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	96
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>98</b>
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

