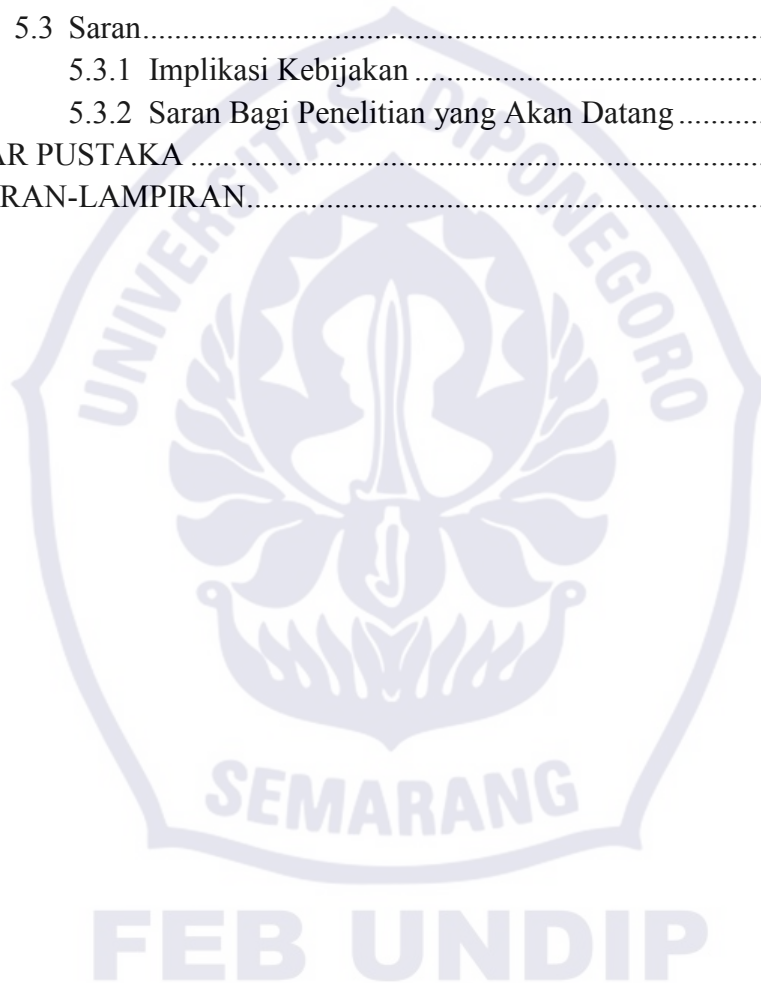


DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	10
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Merek	12
2.1.2 Ekuitas Merek	14
2.1.3 Kesadaran Merek	18
2.1.3.1 Hubungan Kesadaran Merek Dengan Ekuitas Merek	20
2.1.4 Persepsi Kualitas	21
2.1.4.1 Hubungan Persepsi Kualitas Dengan Ekuitas Merek	23
2.1.5 Asosiasi Merek.....	24
2.1.5.1 Hubungan Asosiasi Merek Dengan Ekuitas Merek	26
2.1.6 Loyalitas Merek	27
2.1.6.1 Hubungan Loyalitas Merek Dengan Ekuitas Merek	30

2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	34
2.4 Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	35
3.1.1 Variabel Penelitian	35
3.1.2 Definisi Operasional	35
3.2 Jenis dan Sumber Data	38
3.3 Populasi dan Sampel	38
3.4 Metode Pengumpulan Data	40
3.4.1 Kuesioner (Angket).....	40
3.4.2 Studi Pustaka	40
3.5 Metode Analisis Data	40
3.5.1 Analisis Kuantitatif	40
3.5.1.1 Uji Validitas	41
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	41
3.5.1.3 Uji Asumsi Klasik	41
3.5.1.4 Analisis Regresi Berganda	43
3.5.1.5 Uji <i>Goodness of Fit</i>	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
4.2 Gambaran Umum Responden	49
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	51
4.3.1 Analisis Indeks Kesadaran Merek.....	53
4.3.2 Analisis Indeks Persepsi Kualitas	54
4.3.3 Analisis Indeks Asosiasi Merek	55
4.3.4 Analisis Indeks Loyalitas Merek.....	56
4.3.5 Analisis Indeks Ekuitas Merek	57
4.4 Analisis Data	58
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	58
4.4.1.1 Uji Validitas	58
4.4.1.2 Uji Reliabilitas	59
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	60
4.4.2.1 Uji Normalitas	60
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	61
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	62
4.4.3 Analisis Regresi Berganda dan Uji <i>t</i>	63
4.4.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	65

4.4.4.1 Koefisien Determinasi (R_2).....	65
4.4.4.2 Uji F	66
4.5 Pembahasan	67
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Keterbatasan Penelitian	71
5.3 Saran.....	72
5.3.1 Implikasi Kebijakan	71
5.3.2 Saran Bagi Penelitian yang Akan Datang	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	77



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Tob Brand Index (TBI)</i> Kategori Sepatu Olahraga Tahun 2008-2010 ..	6
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	35
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, dan Jenis Sepatu	50
Tabel 4.2 Frekuensi Jawaban Variabel Kesadaran Merek	53
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Variabel Persepsi Kualitas	54
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Variabel Asosiasi Merek	55
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Variabel Loyalitas Merek	56
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Variabel Ekuitas merek	57
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel	58
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel	59
Tabel 4.9 Nilai <i>Tolerance</i> dan Nilai VIF	61
Tabel 4.10 Uji Regresi Berganda dan Uji t	63
Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi	65
Tabel 4.12 Uji F	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	18
Gambar 2.2 Piramida Loyalitas	27
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	33
Gambar 4.1 Logo Adidas.....	48
Gambar 4.2 Sepatu Sepakbola Adidas <i>Classic</i>	49
Gambar 4.3 Grafik Histogram	60
Gambar 4.4 Grafik <i>Normal Probability Plot</i>	61
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	62

SEMARANG
FEB UNDIP

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner Penelitian	78
Lampiran B Tabulasi Data Kuesioner	84
Lampiran C Hasil Output SPSS	91

