DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....i

HALAMAN PERSETUJUAN.....ii

HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....iii

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....iv

ABSTRAK.....v

ABSTRACT.....vi

KATA PENGANTAR.....vii

DAFTAR TABEL.....xiii

DAFTAR GAMBAR.....xv

DAFTAR LAMPIRAN.....xvi

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Rumusan Masalah.....10

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....11

1.4 Sistematika Penulisan.....12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....14

2.1 Landasan Teori.....14

2.1.1 Merek.....14

2.1.2 Kesadaran Merek (*Brand Awareness*).....15

2.1.3 Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*).....17

2.1.4 Ekuitas Merek (*Brand Equity*).....19

2.1.5 Keputusan Pembelian.....22

2.2 Pengembangan Hipotesis.....26
2.3 Penelitian Terdahulu.....31
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....34
BAB III METODE PENELITIAN.....36
3.1 Variabel Penelitain dan Definisi Operasional.....36
3.1.1 Variabel Penelitian.....36
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....37
3.2 Populasi dan Sampel.....40
3.2.1 Populasi.....40
3.2.2 Sampel.....40
3.3 Jenis dan Sumber Data.....41
3.3.1 Jenis Data.....41
3.3.2 Sumber Data.....41
3.4 Metode Pengumpulan Data.....42
3.5 Metode Analisis Data.....42
3.5.1 Analisis Kuantitatif.....43
3.5.1.1 Langkah-langkah Analisis.....43
3.5.1.2 Kriteria dari *Goodness-of-fit Measure*.....47
3.5.2 Analisis Deskriptif.....49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....51
4.2 Gambaran Umum Responden.....52
4.3 Deskripsi Variabel.....55

4.3.1 Deskripsi Variabel *Brand Awareness*.....56
4.3.2 Deskripsi Variabel *Perceived Quality*.....57
4.3.3 Deskripsi Variabel *Brand Equity*.....60
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....62
4.4 Analisa Data.....64
4.4.1 Uji Validitas.....64
4.4.2 Uji Reliabilitas.....65
4.4.3 Uji Normalitas.....65
4.4.4 Evaluasi Outliers.....67
4.4.5 Analisis Faktor Konfirmatori.....68
4.4.5.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel *Brand Awareness*.....68
4.4.5.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel *Perceived Quality*.....70
4.4.5.3 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel *Brand Equity*.....72
4.4.5.4 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Keputusan Pembelian.....74
4.5 Pengujian Hipotesis.....76
4.5.1 Pengujian Kelayakan Model.....76
4.5.2 Konversi Diagram Alur ke Dalam Persamaan.....77
4.5.3 Interpretasi Hasil Analisis.....78
4.5.4 Hipotesis.....78
4.6 Pembahasan.....80
BAB V PENUTUP.....83

5.1 Kesimpulan.....83
5.2 Saran.....86
5.2.1 Saran Operasional.....86
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Yang Akan Datang.....87
5.2.3 Keterbatasan.....87
DAFTAR PUSTAKA 88
LAMPIRAN 92

UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
FEB UNDIP