DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
ABSTRACT vi
ABSTRAK vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 11
1.3.1 Tujuan Penelitian 11
1.3.2 Kegunaan Penelitian 11
1.4 Sistematika Penulisan 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 15
2.1 Landasan Teori 15
2.1.1 Konsep Pemasaran 15
2.1.2 Perilaku Konsumen 19
2.1.3 Merek (*Brands*) 23
2.1.4 Ekuitas Merek (*Brand Equity*) 25
2.2 Variabel Penelitian 29
2.2.1 Keputusan Pembelian 30
2.2.2 Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) 34
2.2.3 Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*) 36
2.2.4 Asosiasi Merek (*Brand Association*) 38
2.2.5 Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) 42
2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian 46
2.3.1 Kesadaran Merek dan Hubungannya dengan Keputusan Pembelian 47
2.3.2 Persepsi Kualitas dan Hubungannya dengan Keputusan Pembelian 48
2.3.3 Asosiasi Merek dan Hubungannya dengan Keputusan Pembelian 49
2.3.4 Loyalitas Merek dan Hubungannya dengan Keputusan Pembelian 50
2.4 Penelitian Terdahulu 51
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis 53

2.6 Hipotesis 54

BAB III METODE PENELITIAN 56
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel 56
3.1.1 Variabel Penelitian 56
3.1.2 Definisi Operasional Variabel 57
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel 59
3.2.1 Populasi 59
3.2.2 Penentuan Sampel 59
3.3 Jenis dan Sumber Data 60
3.3.1 Data Primer 60
3.3.2 Data Sekunder 60
3.4 Metode Pengumpulan Data 61
3.4.1 Kuesioner (Angket) 61
3.4.2 Studi Kepustakaan 61
3.5 Metode Analisis Data 61
3.5.1 Analisis Kuantitatif 61
3.5.1.1 Uji Validitas 62
3.5.1.2 Uji Reliabilitas 62
3.5.1.3 Uji Asumsi Klasik 63
3.5.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda 65
3.5.1.5 Uji *Goodness of Fit* (Kelayakan Model) 66
3.5.2 Analisis Kualitatif 69

BAB IV HASIL DAN ANALISIS 70
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 70
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 70
4.1.2 Gambaran Umum Produk 71
4.2 Deskripsi Responden 73
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia 73
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan 74
4.3 Analisis Deskriptif Variabel 76
4.3.1 Deskriptif Variabel Kesadaran Merek 77
4.3.2 Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas 79
4.3.3 Deskriptif Variabel Asosiasi Merek 80
4.3.4 Deskriptif Variabel Loyalitas Merek 82
4.3.5 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian 83
4.4 Analisis Data 84
4.4.1 Uji Validitas 84
4.4.2 Uji Reliabilitas 86
4.4.3 Uji Asumsi Klasik 86
4.4.3.1 Uji Normalitas 86
4.4.3.2 Uji Multikolinieritas 90
4.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas 91
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda 92

4.4.5 Uji Goodnes of Fit (Kelayakan Model) 93
4.4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 93
4.4.5.2 Uji Signifikansi Stimultan (Uji F) 94
4.4.5.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)..... 95
4.5 Pembahasan 97

BAB V PENUTUP 101
5.1 Ringkasan Penelitian 101
5.2 Kesimpulan Hipotesis 102
5.3 Keterbatasan Penelitian 105
5.4 Saran 105
DAFTAR PUSTAKA 108
LAMPIRAN-LAMPIRAN 110

UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
FEB UNDIP