

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	7
1.4 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Definisi Merek .....	9
2.1.2 Minat Beli .....	15
2.1.3 Ekuitas Merek .....	17
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Equity</i> .....	17
2.1.3.2 Keunggulan <i>Brand Equity</i> .....	19
2.1.3.3 Indikator <i>Brand Equity</i> .....	21
2.1.4 <i>Brand Awareness</i> .....	22
2.1.4.1 Definisi <i>Brand Awareness</i> .....	22
2.1.4.2 Hubungan <i>Brand Awareness</i> dengan Minat Beli .....	24
2.1.5 <i>Brand Associations</i> .....	25
2.1.5.1 Definisi <i>Brand Associations</i> .....	25
2.1.5.2 Hubungan <i>Brand Associations</i> dengan Minat Beli .....	28
2.1.6 <i>Perceived Quality</i> .....	28
2.1.6.1 Definisi <i>Perceived Quality</i> .....	28
2.1.6.2 Hubungan <i>Perceived Quality</i> dengan Minat Beli .....	30
2.1.7 <i>Brand Loyalty</i> .....	30
2.1.7.1 Definisi <i>Brand Loyalty</i> .....	30
2.1.7.2 Hubungan <i>Brand Loyalty</i> dengan Minat Beli .....	32
2.2 Penelitian Terdahulu .....	32
2.3 Kerangka Pemikiran .....	34
2.4 Hipotesis .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	36

3.1 Variabel Penelitian .....	36
3.1.2 Definisi Operasional.....	37
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel .....	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel.....	39
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.5 Metode Analisis Data .....	42
3.5.1 Analisis Kuantitatif.....	42
3.5.1.1 Uji Validitas.....	42
3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	43
3.5.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.5.1.4 Analisis Regresi Berganda .....	45
3.5.1.5 Uji <i>Goodness of Fit</i> (Uji F dan $R^2$ ).....	46
3.5.1.6 Uji Hipotesis (Uji t).....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	49
4.2 Deskripsi dan Tanggapan Responden .....	51
4.2.1 Deskripsi Responden .....	51
4.2.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan .....	52
4.2.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Per Variabel .....	52
4.2.2.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang <i>Brand Awareness</i> .....	54
4.2.2.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang <i>Brand Associations</i> .....	56
4.2.2.3 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang <i>Perceived Quality</i> .....	57
4.2.2.4 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang <i>Brand Loyalty</i> .....	59
4.2.2.5 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Minat Beli .....	61
4.3 Analisis Data.....	63
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	63
4.3.1.1 Uji Validitas.....	63
4.3.1.2 Uji Reliabilitas .....	65
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	66
4.3.2.1 Uji Normalitas.....	66
4.3.2.2 Uji Multikolinieritas.....	67
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	67
4.3.3 Analisis Regresi Berganda .....	68
4.3.4 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	71
4.3.4.1 Uji F (Uji Simultan) .....	71
4.3.4.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	72
4.3.5 Uji Hipotesis.....	73
4.3.5.1 Uji t.....	73
4.4 Pembahasan .....	74

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>78</b>
5.1 Kesimpulan .....	78
5.2 Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>84</b>



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tabel Kinerja <i>Brand</i> pada Produk Ponsel .....	4
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	37
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Angkatan Kuliah .....	52
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Awareness</i> ( $X_1$ ) .....	54
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Associations</i> ( $X_2$ ) .....	56
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Perceived Quality</i> ( $X_3$ ) .....	57
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Loyalty</i> ( $X_4$ ) .....	59
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Variabel Minat Beli (Y) .....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Associations</i> .....	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli .....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Realibilitas .....	65
Tabel 4.14 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF .....	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Berganda .....	68
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	71
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi .....	72
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	74



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Elemen-elemen Ekuitas Merek .....	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	34
Gambar 4.1 Grafik <i>Normal Probability Plot</i> .....	66
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterplot</i> .....	68



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner.....	85
Lampiran B Data Mentah Kuesioner .....	91
Lampiran C Hasil Uji Validitas .....	95
Lampiran D Hasil Uji Reliabilitas .....	96
Lampiran E Hasil Uji Normalitas.....	98
Lampiran F Hasil Uji Multikolinieritas, Regresi Berganda, dan Uji t .....	99
Lampiran G Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	99
Lampiran H Hasil Uji F.....	100
Lampiran I Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	100

