

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Desain Kemasan.....	17
2.1.2 Sikap terhadap Iklan.....	18
2.1.3 Persepsi Harga.....	20
2.1.4 Persepsi Kualitas	21
2.1.5 Kesadaran Merek	23
2.1.6 Loyalitas Merek	26
2.2 Hubungan Antar Variabel	28

2.2.1	Hubungan Desain Kemasan dan Persepsi Kualitas.....	28
2.2.2	Hubungan Sikap terhadap Iklan dan Persepsi Kualitas	29
2.2.3	Hubungan Sikap terhadap Iklan dan Kesadaran Merek.....	30
2.2.4	Hubungan Persepsi Harga dan Persepsi Kualitas.....	31
2.2.5	Hubungan Persepsi Harga dan Kesadaran Merek.....	32
2.2.6	Hubungan Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek	33
2.2.7	Hubungan Kesadaran Merek dan Loyalitas Merek.....	34
2.3	Penelitian Terdahulu	35
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	36
2.5	Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
3.1.1	Variabel Penelitian.....	38
3.1.2	Definisi Operasional	39
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1	Populasi.....	41
3.2.2	Sampel.....	42
3.3	Jenis dan Sumber Data	43
3.4	Metode pengumpulan data	43
3.5	Metode Analisis Data.....	44
3.5.1	Analisis Univariat.....	44
3.5.1.1	Uji Normalitas	44
3.5.2	Analisis Multivariat.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Gambaran Umum Responden	53

4.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.1.2	Responden Berdasarkan Usia	54
4.1.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.1.4	Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan Setiap Bulan	56
4.2	Analisis Univariat.....	57
4.2.1	Uji Normalitas	57
4.3	Analisis Multivariat.....	58
4.3.1	Uji Asumsi SEM	58
4.3.1.1	Uji Normalitas	58
4.3.1.2	Uji Outliers.....	59
4.3.1.3	Uji Multikolineritas	60
4.3.1.4	Uji Nilai Residual.....	60
4.3.1.5	Uji Reabilitas dan Validitas	61
4.3.1.6	Evaluasi Kriteria <i>Goodness-of-fit</i> dan Asumsi SEM	62
4.3.2	Analisis Faktor Konfirmatori	64
4.3.3	Analisis Full Model SEM	66
4.3.3.1	Uji Hipotesis	67
4.3.3.2	Analisis Direct, Indirect dan Total Effect	70
4.4	Pembahasan.....	73
4.4.1	Pengaruh Desain Kemasan terhadap Persepsi Kualitas	73
4.4.2	Pengaruh Sikap terhadap Iklan terhadap Persepsi Kualitas.....	74
4.4.3	Pengaruh Sikap terhadap Iklan terhadap Kesadaran Merek	75
4.4.4	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Persepsi Kualitas.....	75
4.4.5	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kesadaran Merek	76
4.4.6	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Merek.....	77

4.4.7 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Merek.....	77
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Implikasi Teoritis	80
5.3 Implikasi Manajerial	82
5.4 Keterbatasan Penelitian	86
5.4 Saran Penelitian Mendatang.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	92