

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Permasalahan .....	12
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian .....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	14
1.4 Sistematika Penulisan .....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1 Konsep Perilaku Konsumen .....	16
2.2 Keputusan Pembelian .....	20
2.3 Ekuitas Merek .....	23
2.4 Kesadaran Merek .....	25
2.5 Asosiasi Merek .....	27
2.6 Persepsi Kualitas .....	29
2.7 Penelitian Terdahulu .....	31
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	34
2.9 Hipotesis .....	35
BAB III METODE PENELITIAN .....	36
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Penelitian .....	36
3.1.1 Variabel Penelitian .....	36
3.1.2 Definisi Operasional .....	37
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel .....	38
3.2.1 Populasi .....	38
3.2.2 Sampel .....	39
3.3 Jenis Sumber Data .....	40
3.4 Metode Penyusunan Data .....	41
3.4.1 Survei Kuesioner .....	41
3.4.2 Studi Pustaka .....	41
3.5 Metode Analisis Data .....	42

3.5.1 Analisis Data Kuantitatif .....	42
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	42
3.6.1 Uji Validitas.....	42
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	44
3.7.1 Uji Multikolinearitas .....	44
3.7.2 Uji Normalitas .....	44
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas .....	45
3.8 Analisis Regresi Berganda .....	46
3.9 Pengujian Model .....	46
3.9.1 Uji Goodness of Fit .....	46
3.9.1 Uji F .....	47
3.9.2 Uji t .....	48
3.9.3 Koefisien Determinasi .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Deskripsi Pembahasan .....	50
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	50
4.1.2 Gambaran Produk .....	53
4.1.3 Gambaran Umum Responden .....	54
4.1.3.1 Jenis kelamin responden .....	55
4.1.3.2 Umur responden .....	56
4.2 Analisis Deskriptif .....	56
4.2.1 Deskripsi Variabel Kesadaran Merek .....	57
4.2.2 Deskripsi Variabel Asosiasi Merek .....	59
4.2.3 Deskripsi Variabel Persepsi Kualitas .....	61
4.2.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	62
4.3 Analisis Data .....	64
4.3.1 Uji Reliabilitas dan Validitas.....	64
4.3.1.1 Uji Reliabilitas .....	64
4.3.1.2 Uji Validitas.....	65
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	65
4.4.1 Pengujian Multikolinieritas .....	66
4.4.2 Uji Normalitas .....	66
4.4.3 Pengujian Heteroskedasitas .....	67
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	68
4.6 Pengujian Model .....	70
4.6.1 Uji F .....	70
4.6.2 Uji t .....	71
4.6.3 Koefisien Determinasi .....	72
4.7 Pembahasan .....	73
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>83</b>