

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	16
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	17
1.1.1. Tujuan Penelitian	17
1.1.2. Kegunaan Penelitian	18
1.4. Sistematika Penulisan	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1. Landasan Teori	20

2.1.1. Kemantapan Keputusan Pembelian Konsumen	20
2.1.2. Merek	29
2.1.3. Ekuitas Merek	31
2.1.4. Kesadaran Merek	36
2.1.5. Hubungan Kesadaran Merek Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian Konsumen.....	39
2.1.6. Persepsi Kualitas	42
2.1.7. Hubungan Persepsi Kualitas Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian Konsumen	45
2.1.8. Asosiasi Merek.....	48
2.1.9. Hubungan Asosiasi Merek Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian Konsumen	53
2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis	55
2.3. Hipotesis	56
BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	58
3.1.1. Variabel Penelitian	58
3.1.2. Definisi Operasional	59
3.2. Jenis dan Sumber Data	61
3.2.1. Data Primer	61
3.2.2. Data Sekunder	61
3.3. Populasi dan Sampel	62
3.3.1. Populasi	62
3.3.2. Sampel	62

3.4. Metode Pengumpulan Data	63
3.4.1. Kuesioner (Angket)	63
3.4.2. Studi Pustaka	64
3.5. Metode Analisis Data	65
3.5.1. Analisis Kuantitatif	65
3.5.1.1. Uji Validitas	65
3.5.1.2. Uji Reliabilitas	66
3.5.1.3. Uji Asumsi Klasik	66
3.5.1.4. Analisis Regresi Berganda	69
3.5.1.5. Uji Goodness of Fit	70
3.5.2. Analisis Kualitatif	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	73
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	73
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	73
4.1.2. Gambaran Umum Produk	76
4.2. Gambaran Umum Responden	81
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	82
4.2.3. Deskripsi Responden Menurut Pekerjaan	84
4.2.4. Deskripsi Resonden Berdasarkan Penghasilan/Bulan	84
4.3. Analisis Deskriptif.....	86
4.3.1. Nilai Indeks Jawaban Responden Atas Variabel Kesadaran Merek	87

4.3.2. Nilai Indeks Jawaban Responden Atas Variabel Persepsi	
Kualitas	88
4.3.3. Nilai Indeks Jawaban Atas Variabel Asosiasi Merek	89
4.3.4. Nilai Indeks Jawaban Responden Atas Variabel	
Kemantapan Keputusan Pembelian Konsumen	90
4.4. Analisis Data	92
4.4.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	92
4.4.2. Uji Asumsi Klasik	95
4.5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	99
4.6. Uji Goodness of Fit	101
4.6.1. Adjusted R Square	101
4.6.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	102
4.6.3. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)	103
4.7. Pembahasan	106
BAB V PENUTUP	108
5.1. Kesimpulan	108
5.2. Keterbatasan Penelitian	111
5.3. Saran	112
5.3.1. Saran Untuk Perusahaan	112
5.3.2. Saran Untuk Penelitian Mendatang	115
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN-LAMPIRAN	120