

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Pengesahan Skripsi .....	ii
Pengesahan Kelulusan Ujian.....	iii
Pernyataan Orisinalitas.....	iv
Persembahan .....	v
Abstract .....	vi
Abstraksi .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel .....	xvi
Daftar Gambar.....	xix
Daftar Lampiran .....	xx
Bab I Pendahuluan .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
1.4 Sistematika Penulisan .....	11
Bab II Tinjauan Pustaka .....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Merek .....	13
2.1.2 Ekuitas Merek .....	14

2.1.3 Kesadaran Merek .....	24
2.1.4 Citra Merek .....	25
2.1.5 <i>Perceived Advertising Spending</i> .....	27
2.1.6 Intensitas Distribusi.....	29
2.1.7 Hubungan <i>Perceived Advertising Spending</i> dengan Kesadaran Merek.....	30
2.1.8 Hubungan <i>Perceived Advertising Spending</i> dengan Citra Merek	31
2.1.9 Hubungan Intensitas Distribusi dengan Kesadaran Merek .....	31
2.1.10 Hubungan Kesadaran Merek dengan Citra Merek.....	32
2.1.11 Hubungan Kesadaran Merek dengan Ekuitas Merek.....	33
2.1.12 Hubungan Citra Merek dengan Ekuitas Merek.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu .....	33
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	37
2.4 Hipotesis.....	38
Bab III Metode Penelitian .....	40
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	40
3.1.1 Variabel Penelitian.....	40
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.2 Populasi dan Sampel .....	42
3.2.1 Populasi.....	42
3.2.2 Sampel.....	42
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	44

3.3.1	Data Primer .....	44
3.3.2	Data Sekunder .....	45
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	45
3.4.1	Kuesioner (Angket).....	45
3.4.2	Studi Pustaka.....	46
3.5	Metode Analisis Data.....	47
Bab IV	Hasil dan Analisis.....	59
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	59
4.1.2	Gambaran Umum Merek.....	60
4.2	Deskripsi Responden.....	60
4.2.1	Responden Menurut Jenis Kelamin .....	60
4.2.2	Responden Menurut Usia.....	61
4.2.3	Responden Menurut Pendidikan .....	61
4.2.4	Responden Menurut Pekerjaan .....	62
4.2.5	Responden Menurut Pengeluaran Pembelian Snack Per Minggu .....	62
4.3	Analisis Indeks Jawaban Responden .....	62
4.3.1	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang <i>Perceived Advertising Spending</i> .....	64
4.3.2	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Intensitas Distribusi .....	67
4.3.3	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Kesadaran Merek .....	70
4.3.4	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Citra Merek .....	72

4.3.5	Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Ekuitas Merek ..	75
4.3.6	Rangkuman Dari Pertanyaan Pelengkap .....	78
4.4	Statistik Inferensial – Pengujian SEM .....	80
4.4.1	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen .....	80
4.4.2	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen .....	86
4.4.3	Analisis Structure Equation Modelling (SEM) .....	90
4.4.4	Pengujian Evaluasi Asumsi Model Struktural .....	94
4.4.4.1	Evaluasi Normalitas Data .....	94
4.4.4.2	Evaluasi atas Outlier .....	100
4.4.4.3	Evaluasi Multicolinearity dan Singularity .....	102
4.4.5	Evaluasi Nilai Residual .....	104
4.4.6	Uji Variance Extracted dan Construct Reliability .....	104
4.4.6.1	Uji Variance Extracted .....	105
4.4.6.2	Uji Construct Reliability .....	106
4.5	Pengujian Hipotesis Penelitian .....	107
4.5.1	Uji Hipotesis I .....	107
4.5.2	Uji Hipotesis II .....	107
4.5.4	Uji Hipotesis IV .....	108
4.5.5	Uji Hipotesis V .....	108
4.5.6	Uji Hipotesis VI .....	108

Bab V Kesimpulan dan Saran .....	110
5.1 Ringkasan Penelitian .....	110
5.2 Kesimpulan Dari Hipotesis Penelitian .....	113
5.2.1 Pengaruh <i>Perceived Advertising Spending</i> Terhadap Kesadaran Merek .....	113
5.2.2 Pengaruh <i>Perceived Advertising Spending</i> Terhadap Citra Merek	113
5.2.3 Pengaruh Intensitas Distribusi Terhadap Kesadaran Merek .....	114
5.2.4 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Citra Merek .....	115
5.2.5 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Ekuitas Merek .....	115
5.2.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Ekuitas Merek .....	116
5.3 Implikasi .....	116
5.3.1 Implikasi Teoritis .....	116
5.3.2 Implikasi Manajerial .....	117
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	120
5.5 Agenda Penelitian Mendatang .....	121
Daftar Pustaka .....	122
Lampiran .....	124