

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.4 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Konsep <i>Brand</i>	13
2.1.2 <i>Brand Equity</i>	18
2.1.3 Elemen-elemen <i>Brand Equity</i>	22
2.1.3.1 <i>Brand Awareness</i>	22
2.1.3.2 <i>Brand Association</i>	28
2.1.3.3 <i>Perceived Quality</i>	35
2.1.3.4 <i>Brand Loyalty</i>	39
2.1.4 <i>Brand Strategy</i>	44
2.1.5 <i>Consumer Responses</i>	52
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	57
2.2 Hipotesis.....	61
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	63
BAB III METODE PENELITIAN.....	64
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	64
3.1.1 Variabel Penelitian.....	64
3.1.2 Definisi Operasional.....	65
3.2 Populasi dan Sampel.....	70
3.2.1 Populasi.....	70
3.2.2 Sampel dan Teknik Sampling.....	71
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	72
3.3.1 Data Primer.....	72

3.3.2 Data Sekunder.....	72
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	72
3.5 Teknik Analisis Data.....	73
3.5.1 Analisis Kualitatif.....	73
3.5.2 Analisis Kuantitatif.....	74
3.6 Prosedur Penelitian.....	75
3.6.1 Tahap Uji Coba Penelitian.....	75
3.6.2 Pengujian Data.....	76
3.7 Metode Analisis.....	81
3.7.1 Langkah-langkah Pemodelan SEM.....	82
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	87
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	87
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	87
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	90
4.1.2.1 Berdasarkan Usia.....	91
4.1.2.2 Berdasarkan Pekerjaan.....	92
4.1.2.3 Berdasarkan Penghasilan.....	92
4.1.2.4 Berdasarkan Tempat Tinggal.....	93
4.2 Analisis Data.....	94
4.2.1 Pengolahan Data dengan Menggunakan Two Step.....	94
4.2.2 Pengujian Model Pengukuran.....	94
4.2.2.1 Pengujian Validitas.....	94
4.2.2.2 Pengujian Reliabilitas.....	10
4.2.2.3 Pengujian Hipotesis.....	10
4.2.2.4 Pengujian Kesesuaian Model.....	106
4.3 Pembahasan.....	108
4.3.1 Temuan dan Interpretasi.....	108
4.3.1.1 Hipotesis.....	108
4.3.1.2 Kesesuaian Model.....	109
4.3.1.3 Kaitan Temuan dengan Teori.....	110
BAB V PENUTUP.....	112
5.1 Simpulan.....	112
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	113
5.3 Saran.....	114
5.3.1 Implikasi Manajerial.....	114
5.3.2 Saran Penelitian yang Akan Datang.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....	116
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	118