

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
ABSTRAKSI .....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	8
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODE.....</b>	<b>9</b>
2.1 Ekuitas Merek.....	9
2.1.1 Brand Awarness.....	9
2.1.2 Brand Association.....	10
2.1.3 Percivied Quality.....	11
2.2 Minat Beli.....	12
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	14
2.4 Hipotesis.....	15

2.4.1. Pengaruh brand awareness terhadap minat beli.....	15
2.4.2. Pengaruh brand Asosiation terhadap minat beli.....	16
2.4.3. Pengaruh perceived quality terhadap minat beli.....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>18</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	18
3.2 Populasi, Tehnik Sampling dan Ukuran Sampel.....	18
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	19
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.5 Skala Pengukuran.....	22
3.6 Analisis Uji Reliabilitas dan Validitas.....	23
3.7 Tehnik Analisis Data.....	24
3.8 Pengujian Asumsi Klasik.....	25
3.9 Pengujian Model.....	27
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
4.1 Pendahuluan.....	30
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	31
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	34
4.3.1 Variabel Kesadaran Merek.....	34
4.3.2 Variabel Asosiasi Merek.....	35
4.3.3 Variabel Persepsi Kualitas.....	37
4.3.4 Variabel Minat Beli Ulang.....	38
4.4 Analisis Deskriptif.....	39
4.4.1 Variabel Kesadaran Merek.....	40
4.4.2 Variabel Asosiasi Merek.....	41
4.4.3 Variabel Persepsi Kualitas.....	43
4.4.4 Variabel Minat Beli Ulang.....	45

4.5 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.5.1 Uji Normalitas Data.....	48
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	49
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	49
4.6 Uji Regresi Berganda.....	51
4.6.1 Uji Kelayakan Model.....	51
4.6.2 Uji Hipotesis.....	52
4.6.3 Koefisien Determinasi.....	55
4.7 Kesimpulan Bab.....	56
4.8 Pembahasan.....	56
4.8.1 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Ulang.....	57
4.8.2 Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Minat Beli Ulang.....	57
4.8.3 Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Ulang.....	58
<b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN.....</b>	<b>59</b>
5.1 Ringkasan Penelitian.....	59
5.2 Kesimpulan Hipotesis.....	60
5.2.1 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Ulang.....	60
5.2.2 Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Minat Beli Ulang.....	61
5.2.3 Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Ulang.....	61
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	61
5.4 Implikasi Manajerial.....	64
5.5 Keterbatasan Penelitian .....	67
5.6 Agenda Penelitian Mendatang.....	68

## **Daftar Pustaka**

## **Daftar riwayat hidup**