

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Usulan Penelitian	ii
Halaman Pengesahan Kelulusan Ujian	iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi.....	iv
Abstrak	v
Abstract	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
Bab II Tinjauan Pustaka	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Marketing Strategic.....	10
2.1.2 Brand	11
2.1.3 Brand Image	15
2.1.4 Brand Awareness	17
2.1.5 Brand Loyalty	19
2.1.6 Brand Equity.....	23
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.2.1 Hubungan Brand Image dengan Brand Loyalty	25

2.2.2 Hubungan Brand Awareness dengan Brand Loyalty.....	26
2.2.3 Hubungan Brand Image dengan Brand Equity.....	28
2.2.4 Hubungan Brand Awareness dengan Brand Equity	30
2.2.5 Hubungan Brand Loyalty dengan Brand Equity	31
2.3 Penelitian Terdahulu.....	33
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	37
2.5 Hipotesis Penelitian	38
Bab III Metode Penelitian	39
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	39
3.1.1 Variabel Penelitian.....	39
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	40
3.2 Populasi dan 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.....	46
3.4.1 Kuesioner.....	46
3.4.2 Studi Kepustakaan	47
3.5 Metode Analisis Data	47
3.5.1 Statistik Deskriptif	47
3.5.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	48
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.5.3.1 Uji Normalitas	49
3.5.3.2 Uji Moltikolinieritas	50
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas	50
3.5.4 Analisis Regresi	51
3.5.5 Pengujian Hipotesis	53

3.5.6 Koefisien Determinasi (R ²).....	54
3.5.7 Uji Sobel.....	54
Bab IV Hasil dan Pembahasan.....	56
4.1. Gambaran Subjek Penelitian	56
4.1.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.1.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.1.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.1.4 Analisis Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Pekerjaan	58
4.1.5 Analisis Tabulasi Silang Pendidikan dan Jenis Kelamin	60
4.1.6 Analisis Tabulasi Silang Pekerjaan dan Usia	61
4.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	63
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Brand Image	64
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Brand Awareness.....	65
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Brand Loyalty.....	67
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Brand Equity	68
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	70
4.3.1 Uji Validitas.....	70
4.3.2 Uji Reliabilitas	72
4.4 Uji Asumsi Klasik	73
4.4.1 Uji Normalitas	73
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	75
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	76
4.5 Analisis Regresi.....	79
4.6 Uji Hipotesis.....	81
4.6.1 Uji F	81
4.6.2 Uji t	83
4.7 Koefisien Determinasi (R ²)	86

4.8 Uji Sobel	88
4.9 Hasil Analisis Regresi.....	92
4.10 Pembahasan.....	93
4.11 Pengaruh Faktor Mediasi	97
Bab V Penutup	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Keterbatasan.....	102
5.3 Saran	103
5.3.1 Bagi Perusahaan.....	103
5.3.2 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	104

Daftar Pustaka

Lampiran