

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAKSI.....	v
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian :.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Pengertian Merek	10
B. Peran Merek.....	12
C. Tingkatan Pengertian Merek.....	12
D. Pengertian Ekuitas Merek.....	13
E. Manfaat Ekuitas Merek	16
F. Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian	28
G. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis penelitian.....	36
B. Ukuran Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	36
C. Sumber Data	38

D.	Teknik pengumpulan data.....	39
E.	Variabel penelitian	39
F.	Teknik analisa data.....	42
1.	Uji validitas dan reabilitas data	42
2.	Analisis regresi berganda	43
3.	Uji Koefisien Determinasi.....	44
4.	Uji simultan (uji statistic F).....	45
5.	Uji T parsial	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		46
A.	Gambaran Umum Responden	46
B.	Uji Validitas	49
C.	Uji Reabilitas	52
D.	Analisis Deskriptif.....	53
E.	Analisis Uji Regresi Berganda	56
F.	Uji Koefisien Determinasi.	57
G.	Uji F.....	58
H.	Uji T	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		61
A.	Simpulan.....	61
B.	Saran.....	62
C.	Keterbatasan Peneliti.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....		64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis-Jenis AC LG dan Manfaat	5
Tabel 1.2 TOP Brand Index AC tahun 2011-2012	5
Tabel 3.1 Daerah Tempat Penyebaran Kuesioner	40
Tabel 3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
Tabel 4.1 Identitas Responden	48
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Kesadaran Merek	50
Tabel 4.3 Hasil pengujian validitas Asosiasi Merek	50
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Loyalitas Merek	51
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Persepsi Kualitas	52
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reabilitas	53
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Jawaban Responden	54
Tabel 4.8 Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi	59
Tabel 4.10 Uji F	60
Tabel 4.11 Uji T	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Dimensi ekuitas merek	18
Gambar 2.2 Elemen-elemen ekuitas merek	19
Gambar 2.3 Nilai-Nilai Kesadaran Merek	20
Gambar 2.4 Nilai-Nilai Asosiasi Merek	23
Gambar 2.4 Nilai-Nilai Persepsi Kualitas	26
Gambar 2.3 Proses keputusan pembelian	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner	67
Lampiran 2 Data mentah kuesioner	71
Lampiran 3 Identitas Responden	76
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	79
Lampiran 5 Hasil Uji Reabilitas	85
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Berganda dan Uji T	88
Lampiran 7 Uji F	90
Tabel r	92
Tabel T	93
Tabel F	94