

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN BIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	11
B. Pengertian Merek	12
C. Pengertian Ekuitas Merek	13
D. Model Ekuitas Merek.....	14
E. Membangun Ekuitas Merek	16
F. Hipotesis Penelitian	24
G. Teori Tentang Perilaku Konsumen	24
H. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	25
I. Teori Keputusan Pembelian	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	33
B. Populasi	33
C. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	35
D. Jenis Data Penelitian	35
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Metode Pengumpulan Data	37
G. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
H. Teori Analisis Data	38

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Identitas Responden	45
B. Hasil Uji Validitas	48
C. Hasil Uji Reliabilitas	49
D. Analisis Deskriptif Kesadaran merek, Persepsi kualitas, asosiasi merek dan Loyalitas merek terhadap Keputusan Pembelian Handphone merek Samsung Android	50
E. Pengaruh Ekuitas merek terhadap Keputusan Pembelian Handphone merek Samsung Android	55

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	58
B. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
Tabel 4.1 Rekapitulasi Jawaban Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Rekapitulasi Jawaban Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Rekapitulasi Jawaban Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.4 Rekapitulasi Jawaban Berdasarkan Pendapatan	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas N= 100.....	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas N=100.....	49
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden.....	50
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Keseluruhan Jawaban Responden	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi	55
Tabel 4.10 <i>Anova</i>	56
Tabel 4.11 <i>Model Summary</i>	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	22