

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH	vi
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	15
B. Ekuitas Merek	16
C. Kesadaran Merek	17
D. Asosiasi Merek.....	18
E. Merek	18
F. Fungsi Merek	19
G. Manfaat Merek.....	20
H. Citra Merek	22
I. Kepercayaan Merek	23

J. Loyalitas Konsumen.....	24
K. Penelitian Terdahulu	27
L. Pengembangan Hipotesis	28
M. Kerangka Pemikiran Teoritis	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	32
B. Hipotesis.....	32
C. Waktu dan Tempat Penelitian	32
D. Populasi dan Sampel	33
E. Jenis Data Penelitian	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	35
G. Devinisi Operasional Variabel	36
H. Devinisi Variabel dan Pengukurannya	36
I. Tabel Operasional Variabel.....	38
J. Teknik Analisis Data.....	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian.....	43
B. Hasil Analisis Identitas Responden.....	44
C. Hasil Analisis Deskriptif	48
D. Hasil Uji Data Pre-test	
1. Validitas 30 Responden.....	51
2. Reliabilitas 30 Responden.....	52
3. Normalitas 30 Responden	53
E. Hasil Analisis Data 100 Responden	
1. Validitas	54
2. Reliabilitas	55
F. Hasil Uji Asumsi Klasik	
1. Uji Normalitas	56
2. Uji Multikolinearitas	57
3. Uji Heterokedastisitas	58
G. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	59

H. Uji Hipotesis	
1. Uji T	60
2. Uji F	61
I. Koefisien Determinasi.....	62
J. Pembahasan.....	63

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	66
B. Keterbatasan Penelitian	67
C. Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Top Brand Index Periode 2012 - 2015.....	6
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 : Tempat Penyebaran Kuesioner	32
Tabel 3.2 : Tabel Operasional Variabel	38
Tabel 4.1 : Usia Responden	44
Tabel 4.2 : Pekerjaan.....	45
Tabel 4.3 : Waktu Pembelian	46
Tabel 4.4 : Frekuensi Pembelian Tupperware.....	47
Tabel 4.5 : Hasil Rata – Rata tertimbang Variabel Citra Merek.....	48
Tabel 4.6 : Hasil Rata – Rata tertimbang Variabel Kepercayaan Merek.....	49
Tabel 4.7 : Hasil Rata – Rata tertimbang Variabel Loyalitas	50
Tabel 4.8 : Uji Validitas 30 Responden	51
Tabel 4.9 : Uji Reliabilitas 30 Responden	52
Tabel 4.10 : Uji Normalitas Data 30 Responden	53
Tabel 4.11 : Uji Validitas Data 100 Responden.....	54
Tabel 4.12 : Uji Reliabilitas Data 100 Responden.....	55
Tabel 4.13 : Uji Normalitas Data 100 Responden	56
Tabel 4.14 : Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.15 : Uji Heterokedastisitas	58
Tabel 4.16 : Analisis Regresi Berganda.....	59
Tabel 4.17 : Uji T	60
Tabel 4.18 : Uji F	62
Tabel 4.19 : Koefisien Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Komentar di <i>Facebook</i>	8
Gambar 1.2 : Komentar di <i>Facebook</i>	9
Gambar 1.3 : Komentar di Twitter.....	10
Gambar 1.4 : Komentar di Tokopedia.....	10
Gambar 2.1 : Ekuitas Merek	17
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Teoritis	31

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Output SPSS Frekuensi Identitas Responden
- Lampiran 3 : Output SPSS Frekuensi Indikator
- Lampiran 4 : Output SPSS Uji Validitas 30 Responden
- Lampiran 5 : Output SPSS Uji Reliabilitas 30 Responden
- Lampiran 6 : Output SPSS Uji Normalitas 30 Responden
- Lampiran 7 : Output SPSS Uji Validitas 100 Responden
- Lampiran 8 : Output SPSS Uji Reliabilitas 100 Responden
- Lampiran 9 : Output SPSS Uji Normalitas 100 Responden
- Lampiran 10 : Output SPSS Uji Multikolinearitas
- Lampiran 11 : Output SPSS Uji Heterokedastisitas
- Lampiran 12 : Output SPSS Analisis Regresi Berganda
- Lampiran 13 : Output SPSS Uji T
- Lampiran 14 : Output SPSS Uji F
- Lampiran 15 : Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 16 : Tabel r
- Lampiran 17 : Tabel t
- Lampiran 18 : Kartu Bimbingan Skripsi