

DAFTAR ISI

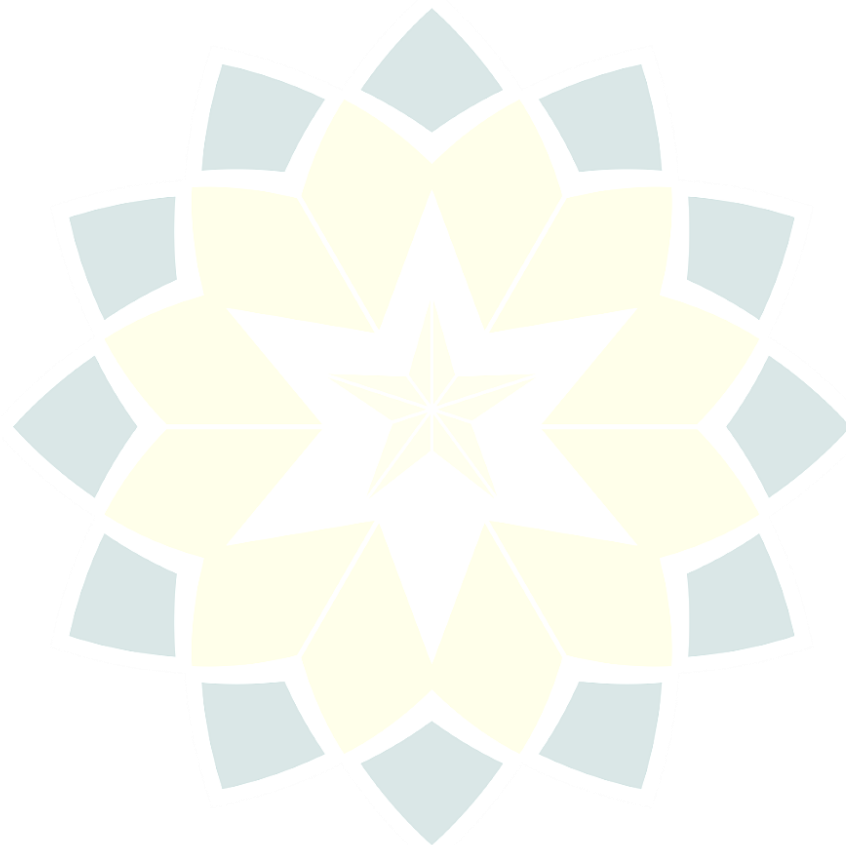
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kegunaan Penelitian	15
1.6 Kerangka Pemikiran	16
1.7 Penelitian Terdahulu	19
1.8 Hipotesis	21
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Konsep Merek	24
2.2 <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek)	24

2.2.1 Definisi <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek)	24
2.2.2 Elemen-elemen <i>Brand Equity</i>	26
2.3 Keputusan Pembelian	30
2.3.1 Faktor-faktor Keputusan Pembelian	32
2.3.2 Proses Keputusan Pembelian	35
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Metode Penelitian	38
3.1.1 Pendekatan Penelitian	38
3.1.2 Jenis Penelitian	39
3.2 Populasi dan Sampel	39
3.2.1 Populasi	39
3.2.2 Sampel	40
3.3 Jenis dan Sumber Data	41
3.3.1 Jenis Data	41
3.3.2 Sumber Data	42
3.4 Variabel Penelitian	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	49
3.6 Analisis Data	50
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1 Profil Perusahaan	58
4.1.2 Sejarah Perusahaan	60

4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	61
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	62
4.2 Karakteristik Profil Responden	63
4.2.1 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	63
4.2.2 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan	63
4.2.3 Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Semester	64
4.3 Pengolahan Data	64
4.3.1 Tanggapan Respon Mengenai Kesadaran Merek (X_1)	64
4.3.2 Tanggapan Respon Mengenai Asosiasi Merek (X_2)	67
4.3.3 Tanggapan Respon Mengenai Persepsi Kualitas (X_3)	70
4.3.4 Tanggapan Respon Mengenai Loyalitas Merek (X_4)	73
4.3.5 Tanggapan Respon Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	75
4.4 Analisis Data	78
4.4.1 Uji Validitas	78
4.4.2 Uji Reliabilitas	80
4.4.3 Analisis Regresi Berganda	83
4.4.4 Uji Hipotesis	85
4.4.5 Uji Koefisien Determinasi	88
4.5 Pembahasan	89
BAB V: PENUTUP	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	99

DAFTAR PUSTAKA101

LAMPIRAN108



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG