

## DAFTAR ISI

|                                   |      |
|-----------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....               |      |
| HALAMAN SAMPEL DEPAN SKRIPSI..... | ii   |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME..... | iii  |
| LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING..... | iv   |
| LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....    | v    |
| MOTTO.....                        | vi   |
| KATA PENGANTAR.....               | vii  |
| ABSTRAK.....                      | ix   |
| DAFTAR ISI.....                   | xi   |
| DAFTAR TABEL.....                 | xiv  |
| DAFTAR GAMBAR.....                | xvi  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....              | xvii |
| BAB I.....                        | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....           | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....          | 10   |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....        | 10   |
| 1.4 Lingkup Penelitian.....       | 11   |
| 1.5 Manfaat Penelitian.....       | 11   |
| BAB II.....                       | 12   |
| 2.1 Industri Kreatif.....         | 12   |
| 2.2 Gaya Hidup.....               | 13   |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.3 Ekuitas Merek .....   | 16        |
| 2.4 Kepuasan Konsumen.....  | 19        |
| 2.5 Resonansi Merek.....  | 20        |
| 2.6 Minat Beli Ulang.....   | 21        |
| 2.7 Penelitian Terdahulu .....                                      | 23        |
| 2.8 Hipotesis Penelitian.....                                       | 28        |
| 2.8.1 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan<br>Konsumen.....     | 28        |
| 2.8.2 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Resonansi Merek.....          | 28        |
| 2.8.3 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Ulang.....         | 29        |
| 2.8.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Resonansi<br>Merek.....   | 30        |
| 2.8.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli<br>Ulang ..... | 30        |
| 2.8.6 Pengaruh Resonansi Merek Terhadap Minat Beli<br>Ulang .....   | 31        |
| 2.4 Kerangka Penelitian .....                                       | 32        |
| <b>BAB III.....</b>   | <b>33</b> |
| 3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....                                | 33        |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....                                       | 33        |
| 3.3 Definisi Operasional dan Instrumen Pengukuran .....             | 34        |
| 3.3.1 Ekuitas Merek .....   | 34        |
| 3.3.2 Kepuasan Konsumen .....                                       | 35        |
| 3.3.3 Resonansi Merek .....   | 36        |
| 3.3.4 Minat Beli Ulang.....   | 37        |

|  |    |
|--|----|
| 3.4 Jenis dan Sumber Data .....                                  | 37 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                                | 38 |
| 3.6 Uji Kelayakan Instrumen.....                                 | 39 |
| 3.6.1 Uji Validitas .....  | 39 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas.....                                      | 44 |
| 3.7 Teknik Analisis Data.....                                    | 45 |
| 3.7.1 Uji Deskriptif .....                                       | 45 |
| 3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....                                    | 46 |
| 3.7.3 Uji Regresi .....  | 47 |
| 3.7.3.1 Pengujian Hipotesis dengan Uji F (Simultan) .....        | 47 |
| 3.7.3.2 Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji T) .....     | 48 |
| BAB IV .....   | 50 |
| 4.1 Karakteristik Responden .....                                | 50 |
| 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....     | 50 |
| 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....              | 51 |
| 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.. | 52 |
| 4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....                   | 53 |
| 4.2.1 Hasil Uji Validitas .....                                  | 53 |
| 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....                               | 55 |
| 4.3 Analisis Deskriptif .....                                    | 56 |
| 4.3.1 Variabel Ekuitas Merek .....                               | 57 |
| 4.3.2 Variabel Kepuasan Konsumen .....                           | 59 |
| 4.3.3 Variabel Resonansi Merek.....                              | 60 |
| 4.3.4 Variabel Minat Beli Ulang.....                             | 61 |
| 4.4 Analisis Regresi Model 1 .....                               | 62 |

|  |    |
|--|----|
| 4.4.1 Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....   | 62 |
| 4.4.2 Uji Hipotesis.....   | 64 |
| 4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi Ganda.....  | 65 |
| 4.4.4 Uji Asumsi Klasik Model 1 .....  | 65 |
| 4.5 Analisis Regresi Model 2 .....   | 67 |
| 4.5.1 Pengaruh Ekuitas Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Resonansi Merek.....                     | 67 |
| 4.5.2 Uji Hipotesis.....   | 69 |
| 4.5.3 Uji F.....   | 70 |
| 4.5.4 Analisis Koefisien Determinasi Ganda .....   | 71 |
| 4.5.5 Uji Asumsi Klasik Model 2 .....  | 72 |
| 4.6 Analisis Regresi Model 3 .....   | 75 |
| 4.6.1 Pengaruh Ekuitas Merek, Kepuasan Konsumen, dan Resonansi Merek Terhadap Minat Beli Ulang ..... | 75 |
| 4.6.2 Uji Hipotesis.....   | 76 |
| 4.6.3 Uji F.....   | 79 |
| 4.6.4 Analisis Koefisien Determinasi Ganda.....  | 79 |
| 4.6.5 Uji Asumsi Klasik Model 3 .....  | 80 |
| 4.7 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis .....   | 83 |
| 4.8 Uji Efek Mediasi .....   | 84 |
| 4.9 Pembahasan .....   | 86 |
| 4.9.1 Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Kepuasan Konsumen.....   | 86 |
| 4.9.2 Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Resonansi Merek.....   | 86 |
| 4.9.3 Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Ulang.....  | 87 |
| 4.9.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Resonansi Merek.....                                       | 88 |
| 4.9.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang .....                                     | 89 |

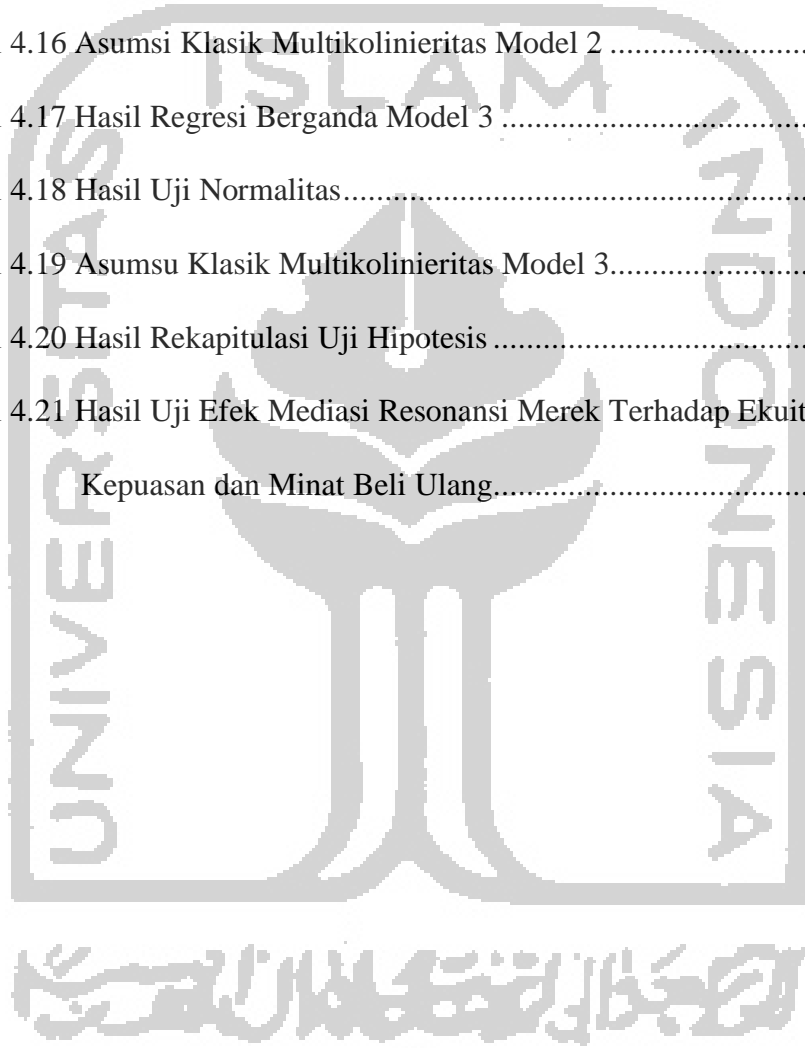
|  |     |
|--|-----|
| 4.9.6 Pengaruh Resonansi Merek terhadap Minat Beli Ulang ..... | 90  |
| BAB V .....  | 92  |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 92  |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian .....                              | 93  |
| 5.3 Saran .....  | 93  |
| DAFTAR PUSTAKA .....   | 95  |
| LAMPIRAN .....   | 101 |



## DAFTAR TABEL

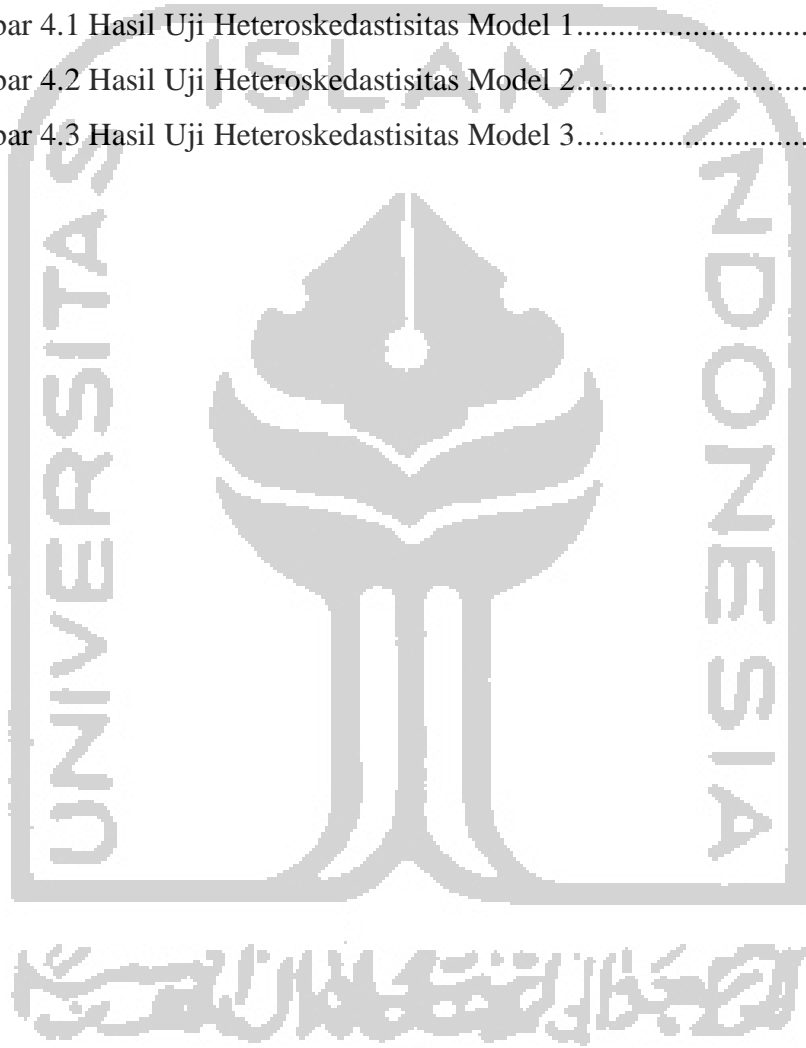
|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....   | 23 |
| Tabel 2.2 Tabel Perbandingan.....   | 25 |
| Tabel 3.1 Hasil Uji Kaiser Meyer Olkin dan Barlett .....                        | 39 |
| Tabel 3.2 Matrik Componen yang Telah Dirotasi .....                             | 40 |
| Tabel 3.3 Hasil Uji Kaiser Mayer Olkin dan Barlett .....                        | 42 |
| Tabel 3.4 Matrik Compnen yang Telah Dirotasi .....                              | 43 |
| Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas .....  | 45 |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....  | 50 |
| Tabel 4.2 Usia Responden.....   | 51 |
| Tabel 4.3 Pendapatan Responden.....   | 52 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Kaiser Mayer Olkin dan Barlett .....                        | 53 |
| Tabel 4.5 Matrik Komponen yang Telah Dirotasi.....                              | 54 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....  | 56 |
| Tabel 4.7 Interval Penilaian.....   | 57 |
| Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ekuitas Merek.....        | 58 |
| Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan<br>Konsumen..... | 59 |
| Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Resonansi Merek .....          | 60 |
| Tabel 4.11 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli<br>Ulang..... | 61 |

|   |    |
|---|----|
| Tabel 4.12 Hasil Regresi Berganda Model 1 .....   | 63 |
| Tabel 4.13 Hasil uji Normalitas.....  | 66 |
| Tabel 4.14 Hasil Regresi Berganda Model 2 .....   | 68 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....  | 72 |
| Tabel 4.16 Asumsi Klasik Multikolinieritas Model 2 .....  | 74 |
| Tabel 4.17 Hasil Regresi Berganda Model 3 .....   | 75 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas.....  | 80 |
| Tabel 4.19 Asumsi Klasik Multikolinieritas Model 3.....   | 83 |
| Tabel 4.20 Hasil Rekapitulasi Uji Hipotesis .....   | 83 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji Efek Mediasi Resonansi Merek Terhadap Ekuitas Merek,<br>Kepuasan dan Minat Beli Ulang..... | 85 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Perjalanan Filosofi Kopi .....              | 4  |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....                    | 32 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 1 ..... | 67 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 2 ..... | 73 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 3 ..... | 82 |





**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian..... 101

