

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Skripsi.....	i
Halaman Judul Skripsi.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Berita Acara Tugas Akhir Skripsi.....	v
Motto.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Abstrak.....	viii
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xvii
Daftar Gambar.....	xix
<b>Bab I Pendahuluan.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>Bab II Kajian Pustaka.....</b>	<b>5</b>
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Merek.....	5
2.1.2 Perceived quality.....	6
2.1.3 Brand Awareness.....	8
2.1.4 Brand Loyalty.....	9

2.1.5 Brand Image.....	11
2.5 Kerangka Konseptual Penelitian.....	12
<b>Bab III Metodologi Penelitian.....</b>	<b>13</b>
3.1 Lokasi Penelitian.....	13
3.2 Definisi Operasional.....	13
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	17
3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan data.....	18
3.5 Metode Analisis Data.....	22
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	23
3.5.2 Analisis Linear Berganda.....	23
3.5.2.1 Analisis Regresi Linear Sederhana Model 1.....	23
3.5.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda Model 2.....	23
3.5.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda Model 3.....	25
3.5.3 Uji Hipotesis.....	25
3.5.3.1 Uji T (Parsial).....	25
3.5.3.2 Uji F (Serentak).....	36
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	28
3.6.1 Uji Multikolinieritas.....	28
3.6.2 Uji Heteroskedastisitas.....	29
3.6.3 Uji Normalitas.....	30
3.6.4 Uji Linieritas.....	31

3.7 Analisis Koefisien Determinan.....	33
3.8 Analisis Koefisien Determinan Parsial.....	34
<b>Bab IV Analisis dan Pembahasan.....</b>	<b>34</b>
4.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	34
4.1.1 Uji Validitas Kuesioner.....	35
4.1.2 Uji Reliabilitas Kuesioner .....	36
4.2 Analisis Deskriptif Responden.....	37
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
4.2.4 Karakteristik responden ( Pendapatan dalam sebulan).....	38
4.3 Analisis Deskriptif.....	39
4.3.1 Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas merek).....	40
4.3.2 Variabel <i>Perceived quality</i> (Persepsi kualitas).....	40
4.3.3 Variabel <i>Brand Image</i> (Citra merek).....	42
4.3.4 Variabel <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	42
4.4 Analisis Regresi.....	43
4.4.1 Analisis Regresi Linear Sederhana model I (Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Brand Awareness Bank Mandiri</i> ).....	43
4.4.1.1 Uji F (Uji serentak) .....	44
4.4.1.2 Uji Asumsi Klasik.....	44

4.4.1.3 Koefisien Determinan.....	48
4.4.2 Analisis Regresi Berganda model II (Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality terhadap Brand Loyalty Bank Mandiri).....	48
4.4.2.1 Uji t (Uji parsial).....	48
4.4.2.2 Uji F (Uji serentak) .....	48
4.4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.4.2.4 Koefisien Determinan.....	51
4.4.2.5 Koefisien Determinan Parsial.....	52
4.4.3 Analisis Regresi Berganda model III (Pengaruh Loyalitas Konsumen dan Perceived Quality terhadap Brand Image Bank Mandiri).....	52
4.4.3.1 Uji t (Uji parsial).....	52
4.4.3.2 Uji F (Uji serentak) .....	53
4.4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.4.3.4 Koefisien Determinan.....	54
4.4.3.5 Koefisien Determinan Parsial.....	57
4.5 Pembahasan dan Implikasi.....	57
4.5.1 Pengaruh Perceived quality terhadap Brand awareness Bank Mandiri.....	57
4.5.2 Pengaruh Perceived quality dan Brand Awareness terhadap Brand Loyalty Bank Mandiri.....	58
4.5.3 Pengaruh Perceived quality dan Brand Loyalty terhadap Brand Image Bank Mandiri.....	59
<b>Bab V Kesimpulan dan Saran.....</b>	<b>63</b>

5.1 Kesimpulan.....63

5.2 Saran.....64

**Daftar Pustaka.....65**

**Lampiran.....67**



## DAFTAR TABEL

3.1 Uji Validitas.....	21
3.2 Uji Realibilitas.....	22
4.1 Uji Validitas.....	36
4.2 Uji Realibilitas.....	36
4.3 Jenis Kelamin Responden.....	38
4.4 Usia Responden.....	38
4.5 Pekerjaan Responden.....	39
4.6 Pendapatan Dalam Sebulan Responden.....	39
4.7 Interval Penilaian.....	40
4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek)....	41
4.9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas).....	42
4.10 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	43
4.11 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	43
4.12 Hasil Regresi Sederhana Model I.....	44
4.13 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	46
4.14 Hasil Uji Linearitas.....	47
4.15 Hasil Regresi Berganda Model II.....	48
4.16 Hasil Uji Multikolinieritas Model II.....	49
4.17 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	51
4.18 Hasil Uji Linearitas.....	52

4.15 Hasil Regresi Berganda Model III.....53  
4.16 Hasil Uji Multikolinieritas Model III.....54  
4.17 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).....56  
4.18 Hasil Uji Linearitas.....57



## DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Penelitian.....	12
4.1 Uji Heterokedastisitas Model I.....	44
4.2 Uji Heterokedastisitas Model II.....	49
4.3 Uji Heterokedastisitas Model III.....	54
4.4 Pengaruh Total Interelasi Komponen Komponen <i>Brand Equity</i> .....	61

