

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
Halaman Persembahan.....	vi
Motto.....	vii
Abstrak	viii
Abstract	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xiii
Daftar Tabel.....	xvii
Daftar Gambar.....	xix
Bab I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
Bab II Kajian Teori dan Hipotesis	10
2.1. Ekuitas Merek.....	10
2.2. Kesadaran Merek.....	11

2.3. Citra Merek.....	14
2.4. Persepsi Kualitas.....	16
2.5. Loyalitas Merek.....	18
2.6. Minat Beli Ulang.....	20
2.7. Kerangka Penelitian.....	22
Bab III Metodologi Penelitian.....	23
3.1. Lokasi Penelitian.....	23
3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	23
3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4. Populasi dan Sampel.....	28
3.5. Uji Instrumen Penelitian.....	30
3.5.1. Uji Validitas.....	30
3.5.2. Uji Realibilitas.....	32
3.6. Alat Analisis Statistik.....	33
3.6.1. Uji Regresi Linier Berganda.....	33
3.6.2. Pengujian Hipotesis dengan Uji Serentak (Uji F).....	35
3.6.3. Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji T).....	36
3.7. Alat Asumsi Klasik.....	37
3.7.1. Uji Multikolinearitas.....	37
3.7.2. Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.7.3. Uji Normalitas.....	40
3.7.4. Uji Linearitas.....	41
3.8. Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	42

3.9. Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)	43
Bab IV Analisis dan Pembahasan	44
4.1. Pengujian Instrumen Penelitian	44
4.1.1. Uji Validitas	44
4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas	45
4.2. Analisis Deskriptif	46
4.2.1. Karakteristik Responden	46
4.2.2. Deskriptif Persepsi Konsumen Tentang Variabel dan Atribut- atribut Penelitian	48
4.3. Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.3.1. Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Persepsi Kualitas	55
4.3.1.1. Uji Simultan (Uji F)	56
4.3.1.2. Pengujian Parsial (Uji t)	56
4.3.1.3. Interpretasi Persamaan Regresi	57
4.3.1.4. Uji Asumsi Klasik	58
4.3.1.5. Interpretasi Koefisien Determinasi	61
4.3.1.6. Analisis Koefisien Determinasi Parsial	62
4.3.2. Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek	63
4.3.2.1. Uji F	64
4.3.2.2. Uji Parsial (Uji t)	64

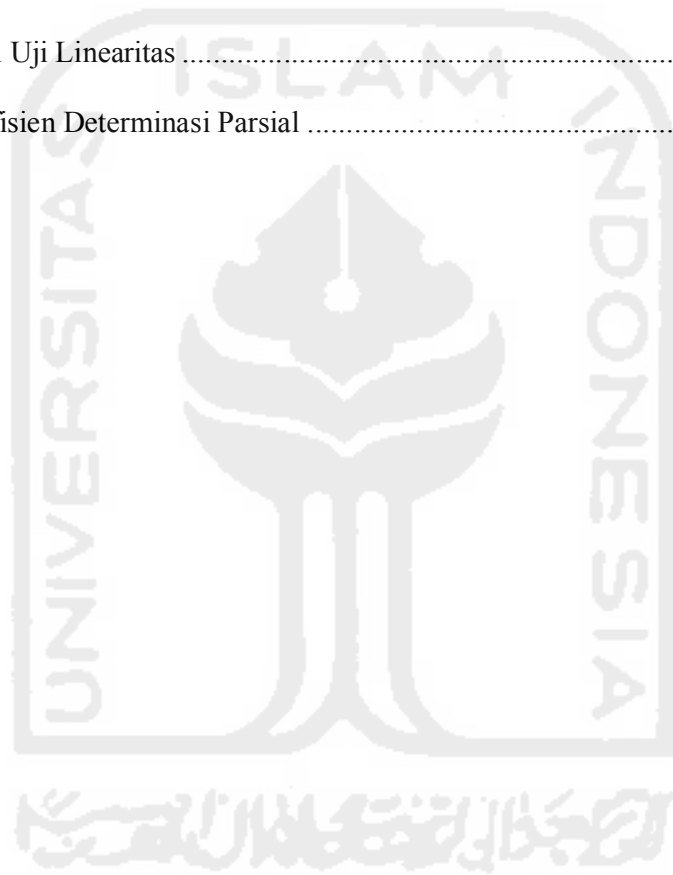
4.3.2.3. Interpretasi Persamaan Regresi	65
4.3.2.4. Uji Asumsi Klasik	66
4.3.2.5. Interpretasi Koefisien Determinasi	71
4.3.2.6. Analisis Koefisien Determinasi Parsial	71
4.3.3. Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek terhadap Minat Beli Ulang	73
4.3.3.1. Uji F	74
4.3.3.2. Uji Parsial (Uji t)	74
4.3.3.3. Interpretasi Persamaan Regresi	76
4.3.3.4. Uji Asumsi Klasik	77
4.3.3.5. Interpretasi Koefisien Determinasi	82
4.3.3.6. Analisis Koefisien Determinasi Parsial	82
4.4. Pembaharuan dan Implikasi	84
4.4.1. Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Persepsi Kualitas	84
4.4.2. Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek	86
4.4.3. Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek terhadap Minat Beli Ulang	89
Bab V Kesimpulan dan Saran	96
5.1. Kesimpulan	96
5.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
3.1 Uji Validitas.....	30
3.2. Uji Realibitas	32
4.1. Hasil Uji Validitas.....	44
4.2. Hasil Uji Reliabilitas	45
4.3. Jenis Kelamin Responden	46
4.4. Usia Responden	46
4.5. Uang Saku Responden	47
4.6. Sumber Informasi Responden	48
4.7. Kesadaran Merek	50
4.8. Citra Merek.....	51
4.9. Persepsi Kualitas.....	52
4.10. Loyalitas Merek	53
4.11. Minat Beli Ulang.....	54
4.12. Estimasi Regresi Linear Berganda.....	55
4.13. Uji Multi Koleniaritas	58
4.14. Hasil Uji Linearitas	60
4.15. Koefisien Determinasi Parsial	62
4.16. Estimasi Regresi Linear Berganda.....	63

4.17. Uji Multikolinearitas	67
4.18. Hasil Uji Linearitas	70
4.19. Koefisien Determinasi Parsial	71
4.20. Estimasi Regresi Linier Berganda.....	73
4.21. Uji Multikolinearitas	78
4.22. Hasil Uji Linearitas	81
4.23. Koefisien Determinasi Parsial	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
2.1. Kerangka Penelitian	22
4.1. Uji <i>Heteroskedastisitas</i>	59
4.2. Uji Normalitas	63
4.3. Uji <i>Heteroskedastisitas</i>	68
4.4. Uji Normalitas	69
4.5. Uji <i>Heteroskedastisitas</i>	79
4.6. Uji Normalitas	80
4.7. Pengaruh Total Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli	93