

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Skripsi	i
Halaman Judul Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Berita Acara Ujian Skripsi	v
Halaman Persembahan	vi
Motto	vii
Abstrak	ix
Kata Pengantar	xi
Daftar Isi.....	xv
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran.....	xviii
Bab I Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
Bab II Kajian Pustaka	8
2.1. Landasan Teori.....	8

2.1.1. Ekuitas Merek.....	8
2.1.2. Minat Beli.....	10
2.1.3. Kesadaran Merek.....	11
2.1.4. Persepsi Kualitas.....	12
2.1.5. Asosiasi Merek.....	14
2.1.6. Loyalitas Merek.....	15
2.2. Kerangka Penelitian.....	16
Bab III Metode Penelitian	17
3.1. Lokasi Penelitian.....	17
3.2. Variabel Penelitian.....	17
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	17
3.3.1. Kesadaran Merek.....	17
3.3.2. Asosiasi Merek.....	18
3.3.3. Persepsi Kualitas.....	18
3.3.4. Loyalitas Merek.....	18
3.3.5. Minat Beli.....	19
3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5. Populasi dan Sampel.....	23
3.6. Metode Analisis Data.....	25
3.6.1. Analisis Deskriptif.....	25
3.6.2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	25
3.6.3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	26

3.6.4. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	27
3.6.5. Uji Asumsi Klasik.....	28
3.6.5.1. Uji Heteroskedastisitas	28
3.6.5.2. Uji Multikolinearitas	29
3.6.5.3. Uji Normalitas	30
3.6.5.4. Uji Linearitas	31
3.6.6. Koefisien Determinasi Adjusted R ²	32
3.6.7. Uji koefinsien determinasi parsial (r ²).....	32
Bab IV Analisis Data dan Pembahasan	34
4.1. Uji Validitas	34
4.2. Uji Reliabilitas	35
4.3. Analisis Deskriptif	36
4.3.1. Variabel Kesadaran merek.....	37
4.3.2. Variabel Asosiasi merek	38
4.3.3. Variabel Persepsi kualitas	39
4.3.4. Variabel Loyalitas Merek	40
4.3.5. Variabel Minat Beli	41
4.4. Analisis Regresi	42
4.4.1. Uji F Pertama	42
4.4.2. Uji t Pertama	43
4.4.3. Uji F Kedua.....	44
4.4.4. Uji t Kedua.....	44

4.4.5. Uji Asumsi Klasik.....	44
4.4.5.1. Uji Heteroskedastisitas	45
4.4.5.2. Uji Multikolinearitas.....	46
4.4.5.3. Uji Normalitas.....	47
4.4.5.4. Uji Linearitas	48
4.4.4 Koefisien Determinasi Adjusted R^2	49
4.4.5 Uji koefisien determinasi parsial (r^2)	50
4.5. Pembahasan dan Implikasi	50
Bab V Kesimpulan dan Saran.....	55
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1.1 Peringkat Nilai Merek.....	5
3.1 Skala Penilaian.....	20
3.2 Hasil Uji Coba Validitas Angket.....	22
3.3 Hasil Uji Coba Reliabilitas Angket.....	23
4.1. Hasil Uji Validitas.....	35
4.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	36
4.3. Kriteria Persepsi Responden.....	37
4.4. Deskriptif Penilaian Variabel Kesadaran Merek.....	37
4.5. Deskriptif Penilaian Variabel Asosiasi Merek.....	38
4.6. Deskriptif Penilaian Variabel Persepsi Kualitas.....	39
4.7. Deskriptif Penilaian Variabel Loyalitas Merek.....	40
4.8. Deskriptif Penilaian Variabel Minat Beli.....	41
4.9. Estimasi Regresi Linear Berganda Pengujian Pertama.....	42
4.10. Estimasi Regresi Linear Berganda Pengujian Kedua.....	43
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
4.12 One Sample Kolmogorov-Smirnov test.....	47
4.13 Uji Linearitas.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
2.1. Kerangka Model Penelitian.....	16
4.1. Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.2. Pengaruh elemen ekuitas merek terhadap minat beli.....	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner Uji Coba Indikator Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli
2. Hasil Penilaian Uji Indikator 34 Orang Responden
3. Uji Coba Validitas dan Reliabilitas Indikator Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli
4. Kuesioner Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli
5. Hasil Penilaian Uji 98 Orang Responden
6. Uji Validitas dan Reliabilitas Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Minat Beli
7. Analisis Regresi Pertama
8. Analisis Regresi Kedua
9. Uji Asumsi Klasik
10. Tabel r Product Moment
11. Tabel Chi Square