

DAFTAR ISI

.....	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Halaman Motto.....	vii
Abstrak.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Ekuitas Merek.....	10
2.1.2. Kesadaran Merek.....	12
2.1.3. Persepsi Kualitas.....	16
2.1.4. Loyalitas Merek.....	18
2.1.5. Minat Beli.....	20
2.1.6. Kerangka Penelitian.....	21

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian.....	23
3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	23
1. Kesadaran Merek.....	23
2. Persepsi Kualitas.....	24
3. Loyalitas Merek.....	24
4. Minat.Beli.Ulang.....	25
3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4. Pengujian Instrumen Penelitian.....	28
3.4.1. Uji Validitas.....	28
3.4.2. Uji Reabilitas.....	30
3.5. Populasi dan Sampel.....	32
3.6. Alat Analisis Statistika.....	34
3.6.1. Kalimat Validitas.dan.Reabilitas.....	34
3.6.2. Uji Regresi Linier Berganda.....	35
3.6.3. Pengujian Hipotesis dan Uji Parsial (Uji T).....	37
3.6.4. PengujianHipotesisdanUjiParsial (Uji F).....	38
3.7. Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.1. Uji Multikolinieritas.....	40
3.7.2. Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.7.3. Uji Normalitas.....	42
3.7.4. Uji Linieritas.....	44
3.8. Uji Koefisien Determinasi Berganda.(R ²).....	45
3.9. Uji Koefisien Determinasi Parsial (r ²).....	46

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Instrumen Penelitian dan Data.....	47
4.1.1. Uji Validitas.....	47
4.1.2. Uji Reliabilitas.....	49
4.2. Analisis Deskriptif.....	50
4.2.1. Jenis.Kelamin.....	50
4.2.2. Umur.....	51
4.2.3. Pendapatan.....	52
4.2.4. Sumber.Informasi.....	53
4.3. Analisis Statistik.....	60
4.3.1. Regresi Linier Sederhana Model I.....	60
4.3.1.1. Uji F Model I.....	61
4.3.1.2. Uji T Model I.....	61
4.3.1.3. Uji Asumsi Klasik Model I.....	62
4.3.2. Regresi Linier Berganda Model II.....	65
4.3.2.1. Uji F Model II.....	66
4.3.2.2. Uji T Model II.....	66
4.3.2.3. Uji Asumsi Klasik Model II.....	67
4.3.2.4. Koefisien Determinasi Berganda Model II.....	71
4.3.2.5. Koefisien Determinasi Parsial Model II.....	71
4.3.3. Regresi Linier Berganda Model III.....	72
4.3.3.1. Uji F Model III.....	73
4.3.3.2. Uji T Model III.....	73
4.3.3.3. Uji Asumsi Klasik Model III.....	74
4.3.3.4. Koefisien Determinasi Berganda Model II.....	79
4.3.3.5. Koefisien Determinasi Parsial Model III.....	80
4.4. Pembahasan dan Implikasi.....	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	90
5.2. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	97



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Hasil Uji Validitas.....	48
4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	49
4.3 Klasifikasi Responden Jenis Kelamin.....	50
4.4 Klasifikasi Responden Umur.....	51
4.5 Klasifikasi Responden Pendapatan.....	52
4.6 Klasifikasi Responden Sumber Informasi.....	53
4.7 Kriteria Persepsi Konsumen.....	55
4.8 Penilaian Variabel Kesadaran Merek.....	55
4.9 Penilaian Variabel Persepsi Kualitas.....	56
4.10 Penilaian Variabel Loyalitas Merek.....	58
4.11 Penilaian Variabel Minat Pembelian Ulang.....	59
4.12 Hasil Regresi Linear Berganda Model I.....	61
4.13 Uji Linearitas Model I.....	64
4.14 Hasil Regresi Linear Berganda Model II.....	66
4.15 Uji Multikolonieritas Model II.....	67
4.16 Uji Linearitas Model II.....	70
4.17 Hasil Regresi Linear Berganda Model III.....	72
4.18 Uji Multikolonieritas Model III.....	76
4.19 Uji Linearitas Model III.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran.....	22
4.1 Uji Heteroskedastisitas Model I.....	62
4.2 Hasil Uji Normalitas Model I.....	63
4.3 Uji Heteroskedastisitas Model II.....	68
4.4 Hasil Uji Normalitas Model II.....	69
4.5 Uji Heteroskedastisitas Model III.....	77
4.6 Hasil Uji Normalitas Model III.....	78
4.7 Ringkasan Penelitian.....	88