

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	1
1.1.2 Produk dan layanan .....	2
1.1.3 Visi dan Misi .....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3 Perumusan Masalah .....	7
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.5 Tujuan Penelitian .....	9
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
1.7 Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.7.1 Variabel dan Sub Variabel Penelitian .....	10
1.7.2 Lokasi dan Objek Penelitian .....	10
1.7.3 Waktu dan Periode Penelitian .....	10
1.8 Sistematika Peulisan Tugas Akhir .....	10

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
2.1 Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu .....	12
2.1.1 Pemasaran .....	12
2.1.2 Merek .....	13
2.1.3 Ekuitas Merek .....	14
2.1.3.1 Loyalitas Merek .....	16
2.1.3.2 Kesadaran Merek .....	19
2.1.3.3 Kesan Kualitas .....	22
2.1.3.4 Asosiasi Merek .....	24
2.1.4 Hubungan loyalitas Merek (X1) dengan Kesadaran Merek (X2) .....	27
2.1.5 Hubungan Loyalitas Merek (X1) dengan Kesan Kualitas (X3) .....	28
2.1.6 Hubungan Loyalitas Merek (X1) dengan Asosiasi Merek (X4) .....	28
2.1.7 Hubungan Kesadaran Merek (X2) dengan Kesan Kualitas (X3) .....	28
2.1.8 Hubungan Kesadaran Merek (X2) dengan Asosiasi Merek (X4) .....	28
2.1.9 Hubungan Kesan Kualitas (X3) dengan Asosiasi Merek (X4) .....	28
2.1.10 Perilaku Konsumen .....	29
2.1.11 Perilaku Pasca-pembelian .....	30
2.1.12 Niat Beli Ulang .....	31
2.1.13 Penelitian Terdahulu .....	31
2.2 Kerangka Pemikiran .....	35
2.3 Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	39
3.1 Karakteristik Penelitian .....	39
3.2 Alat Pengumpulan Data .....	40
3.2.1 Operasionalisasi Variabel .....	4

3.2.2 Skala Penelitian .....	46
3.3 Tahapan Penelitian .....	48
3.4 Populasi dan Sampel .....	50
3.4.1 Populasi .....	50
3.4.2 Sampel .....	50
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	52
3.5.1 Jenis Data .....	52
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.6 Validitas dan Reliabilitas .....	53
3.6.1 Validitas .....	53
3.6.2 Reliabilitas .....	55
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	57
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	57
3.7.2 Analisis Kausal .....	59
3.7.3 Pengujian Hipotesis .....	61
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	66
4.1.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
4.1.2 Responden berdasarkan Usia .....	67
4.1.3 Responden berdasarkan Pendapatan .....	67
4.1.4 Responden berdasarkan Pekerjaan .....	68
4.1.5 Responden berdasarkan Lama Penggunaan .....	68
4.2 Hasil Penelitian .....	69
4.2.1 Ekuitas Merek pada Pengguna Produk Telkomsel di Bandung .....	69
4.2.2 Perilaku Pembelian Ulang pada Pengguna Produk Telkomsel di Bandung .....	77
4.3 Analisis Kausal .....	79
4.3.1 Uji Normalitas .....	79
4.3.2 Pengujian Korelasi antar Variabel Eksogen .....	8

4.3.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan .....	82
4.3.4 Pengujian Hipotesis Secara Parsial .....	84
4.4 Perhitungan metode Trimming .....	88
4.4.1 Pengujian Korelasi antar Variabel Eksogen. ....	88
4.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan .....	89
4.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Parsial .....	91
4.5 Pengaruh Loyalitas Merek terhadap Perilaku Pembelian Ulang Setelah Trimming .....	93
4.6 Pengaruh Kesan Kualitas terhadap Perilaku Pembelian Ulang Setelah Trimming .....	94
4.7 Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Perilaku Pembelian Ulang Setelah Trimming .....	95
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>98</b>
5.1 Kesimpulan .....	98
5.2 Saran .....	99
5.2.1 Saran untuk Praktisi .....	99
5.2.2 Saran untuk Akademisi .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN</b>	