

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Perusahaan Casio .....	1
1.1.2 Sejarah Perusahaan Casio .....	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan Casio .....	2
1.1.4 Strategi Perusahaan Casio .....	2
1.1.5 Produk-produk Perusahaan Casio .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	14
1.5 Kegunaan penelitian .....	14
1.6 Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b> .....	<b>17</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	17
2.1.1 Pemasaran .....	17
2.1.2 Barang Replika .....	19
2.1.3 Sikap Konsumen Terhadap Produk Replika .....	20
2.1.4 Faktor-faktor Penentu Sikap Terhadap Produk Replika .....	21
2.1.5 Pengertian Merek .....	25
2.1.6 Proses Keputusan Pembelian .....	25
2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Kerangka Pemikiran .....	39

2.4 Ruang Lingkup Penelitian .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	43
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	43
3.2.1 Variabel Operasional .....	43
3.2.2 Skala Pengukuran .....	48
3.3 Tahapan Penelitian .....	49
3.4 Populasi dan Sampel.....	50
3.4.1 Populasi.....	50
3.4.2 Sampel .....	51
3.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan data.....	53
3.5.1 Sumber Data .....	53
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
3.6.1 Uji Validitas.....	54
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	58
3.7 Teknik Analisis Data .....	61
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	61
3.7.2 Menentukan Tujuan Dari Analisis Faktor .....	63
3.7.3 Membuat Uji Kecukupan Data .....	63
3.7.4 Menentukan Jumlah Faktor ( <i>factoring</i> ) .....	64
3.7.5 Menginterpretasikan faktor .....	65
3.7.6 Penamaan Faktor ( <i>labelling</i> ).....	65
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>67</b>
4.1 Pengumpulan Data.....	67
4.2 Karakteristik Responden .....	67
4.3 Hasil Penelitian.....	70
4.3.1 Karakteristik Responden.....	70
4.3.2 Analisis Deskriptif.....	74
4.3.3 Analisis Faktor.....	110
4.3.4 Pengujian Variabel Secara Keseluruhan dan Uji Kecukupan Data....	110
4.3.5 Proses Factoring.....	118
4.3.6 Pengelompokan Faktor .....	120
4.3.7 Penamaan Faktor ( <i>Labelling</i> ).....	124

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	125
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	129
5.1 Kesimpulan.....	129
5.2 Saran.....	130
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	130
5.2.1 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	131
DAFTAR PUSTAKA .....	135
LAMPIRAN.....	