

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1. Tinjauan Teori	13
2.1.1 Teori Pemasaran	13
2.1.2 <i>Brand</i>	14
2.1.3 <i>Brand Equity</i>	18
2.1.4 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Konsep	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	25
3.2.1 Variabel Operasional	25
3.2.2 Skala Pengukuran	28

3.3 Tahapan Penelitian.....	28
3.4 Populasi dan Sampel	29
3.4.1 Populasi	29
3.4.2 Sampel	30
3.5 Pengumpulan Data	31
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5.2 Sumber Data	31
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
3.6.1 Uji Validitas.....	32
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.7 Teknik Analisis Data	33
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	33
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	34
3.7.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	35
3.8 Uji Hipotesis	35
3.8.1 Uji T.....	35
3.8.2 Koefisiensi Determinasi	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Pengumpulan Data	37
4.1.1 Deskripsi Responden	37
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Uji Validitas.....	39
4.2.2 Uji Realibilitas.....	42
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	42
1. Uji Normalitas.....	42
4.3 Analisis Deskriptif	44
4.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	51
4.5 Uji Hipotesis	52
4.5.1 Uji T.....	52
4.5.2 Koefisien Determinasi	53

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56