

## DAFTAR ISI

|                                                                   |      |
|-------------------------------------------------------------------|------|
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                                   | ii   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....                                   | iii  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                       | iv   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                              | vi   |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                             | vii  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                           | viii |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                         | xi   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                        | xiii |
| <b>BAB I</b> .....                                                | 1    |
| <b>PENDAHULUAN</b> .....                                          | 1    |
| 1.1    Gambaran Objek Penelitian .....                            | 1    |
| 1.2    Latar Belakang .....                                       | 3    |
| 1.3    Perumusan Masalah .....                                    | 12   |
| 1.4    Pertanyaan Penelitian.....                                 | 12   |
| 1.5    Tujuan Penelitian .....                                    | 13   |
| 1.6    Manfaat Penelitian .....                                   | 13   |
| 1.7    Sistematika Penulisan .....                                | 14   |
| <b>BAB II</b> .....                                               | 17   |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b> .....              | 17   |
| 2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu ..... | 17   |
| 2.1.1 Brand.....                                                  | 17   |
| 2.1.2 Brand Equity .....                                          | 22   |
| 2.1.3 Brand Awareness (Kesadaran Merek) .....                     | 24   |
| 2.1.4 Brand Asosiasi (Asosiasi Merek).....                        | 26   |
| 2.1.5 Perceived Quality (Persepsi Kualitas).....                  | 27   |
| 2.1.6 Brand Loyalty (Loyalitas Merek) .....                       | 30   |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                                    | 31   |
| 2.3 Kerangka Pemikiran.....                                       | 34   |

|                                                                                 |           |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.4 Hipotesis Penelitian .....                                                  | 36        |
| <b>BAB III.....</b>                                                             | <b>37</b> |
| <b>METODE PENELITIAN.....</b>                                                   | <b>37</b> |
| 3.1 Karakteristik Penelitian.....                                               | 37        |
| 3.2 Alat Pengumpulan Data .....                                                 | 39        |
| 3.2.1 Variabel.....                                                             | 39        |
| 3.2.2 Operasional Variabel.....                                                 | 39        |
| 3.2.3 Skala Pengukuran.....                                                     | 44        |
| 3.3 Tahap Penelitian.....                                                       | 45        |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....                                                   | 48        |
| 3.4.1 Populasi.....                                                             | 48        |
| 3.4.2 Sampel.....                                                               | 48        |
| 3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....                                      | 50        |
| 3.5.1 Data Primer .....                                                         | 50        |
| 3.5.2 Data Sekunder.....                                                        | 51        |
| 3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....                                        | 51        |
| 3.6.1 Uji Validitas .....                                                       | 51        |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas .....                                                    | 53        |
| 3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....                           | 54        |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif.....                                                  | 54        |
| 3.7.2 Uji Normalitas.....                                                       | 56        |
| 3.7.3 Uji T-Test.....                                                           | 56        |
| 3.7.4 Uji Mann Whitney .....                                                    | 57        |
| 3.7.5 Pengujian Hipotesis.....                                                  | 60        |
| <b>BAB IV .....</b>                                                             | <b>61</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                                    | <b>61</b> |
| 4.1 Karakteristik Responden .....                                               | 61        |
| 4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....                   | 61        |
| 4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....                            | 62        |
| 4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....                       | 63        |
| 4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan / Uang saku perbulan..... | 64        |

|                                                                       |            |
|-----------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.1.5 Karakteristik Responden berdasarkan Asal Wilayah / Daerah ..... | 65         |
| 4.2 Teknik Analisis Data.....                                         | 67         |
| 4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Traveloka.....                        | 67         |
| 4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Tiket.com.....                        | 79         |
| 4.3 Uji Perbandingan Brand Equity Traveloka dengan Tiket.com .....    | 90         |
| 4.3.1 Analisis Deskriptif Presentase .....                            | 90         |
| 4.3.2 Uji Normalitas Data .....                                       | 91         |
| 4.3.4 Uji Beda Mann Whitney-test .....                                | 91         |
| 4.3.5 Uji Hipotesis .....                                             | 92         |
| 4.4 Pembahasan.....                                                   | 93         |
| 4.4.1 Analisis deskriptif variabel Brand equity Traveloka .....       | 93         |
| 4.4.2 Analisis Deskriptif variabel Brand equity Tiket.com .....       | 95         |
| 4.4.3 Hasil Perbandingan Traveloka dan Tiket.com .....                | 97         |
| <b>BAB V .....</b>                                                    | <b>99</b>  |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                     | <b>99</b>  |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                  | 99         |
| 5.2 Saran .....                                                       | 100        |
| 5.2.1 Aspek Teoritis.....                                             | 100        |
| 5.2.1 Aspek Praktis .....                                             | 100        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                            | <b>101</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                  | <b>105</b> |