

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Universitas Telkom .....	1
1.1.2 Visi dan Misi Universitas Telkom .....	2
1.1.3 Makna Logo .....	2
1.2 Latar Belakang .....	4
1.3 Perumusan Masalah .....	9
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	10
1.5 Tujuan Penelitian .....	10
1.6 Manfaat Penelitian .....	11
1.6.1 Aspek Teoritis .....	11
1.6.2 Aspek Praktis .....	11
1.7 Ruang Lingkup Penelitian .....	11
1.8 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 <i>Brand</i> .....	13
2.1.1 Pengertian <i>Brand</i> .....	14
2.1.2 Manfaat <i>Brand</i> .....	15
2.1.3 Elemen-elemen <i>Brand</i> .....	16
2.1.4 Proses Keputusan <i>Branding</i> .....	17

2.2 <i>Brand Equity</i> .....	19
2.2.1 Pengertian <i>Brand Equity</i> .....	19
2.2.2 Elemen dan Dimensi <i>Brand Equity</i> .....	20
2.2.3 Peran <i>Brand Equity</i> .....	25
2.2.4 <i>Overall Brand Equity</i> .....	25
2.2.5 <i>Customer Based Brand Equity</i> .....	26
2.3 Penelitian Terdahulu .....	27
2.4 Kerangka Pemikiran.....	30
2.5 Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
3.1 Karakteristik Penelitian.....	33
3.2 Alat Pengumpulan Data .....	34
3.2.1 Skala Pengukuran.....	35
3.2.2 Operasional Variabel.....	35
3.3 Tahapan Penelitian.....	38
3.4 Populasi dan Sampel .....	40
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	42
3.6 Validitas dan Reliabilitas .....	42
3.6.1 Uji Validitas .....	42
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	44
3.7 Teknik Analisa dan Pengujian Hipotesis .....	45
3.7.1 Teknik Analisis Data.....	45
3.7.1.1 Analisis Deskriptif .....	45
3.7.1.2 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	47
3.7.2 Uji Hipotesis .....	50
3.7.2.1 Pengujian Hipotesis Simultan .....	50
3.7.2.2 Pengujian Hipotesis Parsial.....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>53</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	53
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	54

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....	55
4.2 Kinerja <i>Brand Awareness</i> , <i>Brand Association</i> , <i>Perceived Quality</i> , <i>Brand Loyalty</i> <i>Brand Equity</i> Universitas Telkom .....	55
4.2.1 <i>Brand Awareness</i> .....	55
4.2.2 <i>Brand Association</i> .....	63
4.2.3 <i>Perceived Quality</i> .....	68
4.2.4 <i>Brand Loyalty</i> .....	75
4.2.5 <i>Brand Equity</i> .....	81
4.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , <i>Brand Association</i> , <i>Perceived Quality</i> , dan <i>Brand Loyalty</i> terhadap <i>Brand Equity</i> Universitas Telkom.....	86
4.4 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Equity</i> Universitas Telkom .....	88
4.5 Pengaruh <i>Brand Association</i> terhadap <i>Brand Equity</i> Universitas Telkom.....	89
4.6 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Brand Equity</i> Universitas Telkom.....	90
4.7 Pengaruh <i>Brand Loyalty</i> terhadap <i>Brand Equity</i> Universitas Telkom.....	91
4.8 Analisis Jalur Keseluruhan .....	92
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian .....	97
4.9.1 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Equity</i> .....	97
4.9.2 Pengaruh <i>Brand Association</i> terhadap <i>Brand Equity</i> .....	98
4.9.3 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> terhadap <i>Brand Equity</i> .....	99
4.9.4 Pengaruh <i>Brand Loyalty</i> terhadap <i>Brand Equity</i> .....	100
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>
5.1 Kesimpulan .....	101
5.2 Saran .....	102
5.2.1 Saran Bagi Universitas Telkom .....	102
5.2.2 Saran Bagi Akademisi.....	104
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	