

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR PUSTAKA	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Perumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	14
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	16
2.1.2 Merek (<i>Brand</i>)	16
2.1.2 Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	16
2.1.3 Perilaku Konsumen	22
2.1.4 Minat Pembelian Ulang	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Operasional Variabel	37
3.3 Tahapan Penelitian	45
3.4 Populasi dan Sampel	46
3.4.1 Populasi	46

3.4.2 Sampel.....	46
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	48
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5.2 Sumber Data.....	48
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.6.1 Uji Validitas	49
3.6.2 Uji Reliabilitas	51
3.7 Teknik Analisis Data	52
3.7.1 <i>Method of Succesive Internal</i> (MSI)	52
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.7.4 Pengujian Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Karakteristik Responden	58
4.2 Hasil Penelitian.....	61
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	82