

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1    Gambaran Umum Perusahaan .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1.1    Profil Perusahaan.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1.2    Sejarah Perusahaan .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2    Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>3</b>
<b>1.3    Rumusan Masalah .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4    Tujuan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.5    Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.5.1    Kegunaan Teoritis.....</b>	<b>9</b>
<b>1.5.2    Kegunaan Praktis.....</b>	<b>10</b>
<b>1.6    Sistematika Penulisan .....</b>	<b>10</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1    Tinjauan Pustaka Penelitian .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.1    Pengertian Merek.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.2    Pengertian Ekuitas Merek.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.3    Pengertian Perilaku Konsumen .....</b>	<b>19</b>
<b>2.1.4    Pengertian Keputusan Pembelian .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1.5    Hubungan Ekuitas Merek dengan Keputusan Pembelian .....</b>	<b>22</b>

2.2	Penelitian Terdahulu.....	23
2.3	Kerangka Pemikiran.....	38
2.4	Hipotesis Penelitian.....	39
2.5	Ruang Linkup Penelitian.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>42</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	42
3.2	Variabel Oprasional dan Skala Pengukuran.....	43
3.2.1	Variabel Oprasional.....	43
3.2.2	Skala Pengukuran.....	45
3.2.3	Tahapan Penelitian.....	46
3.3	Populasi dan Sampel.....	47
3.3.1	Populasi.....	47
3.3.2	Sampel.....	47
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1	Data Primer.....	48
3.4.2	Data Sekunder.....	49
3.5	Teknik Analisa.....	49
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	49
3.5.2	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i> .....	51
3.6	Uji Validitas dan Reliablitas.....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>56</b>
4.1	Pengumpulan Data.....	56
4.2	Karakteristik Responden.....	56
4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	58
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	59
4.3	Hasil Penelitian.....	60

4.3.1	Analisis Deskriptif.....	60
4.4	Hasil Analisis Data .....	71
4.4.1	Hasil Model Pengukuran ( <i>outer model</i> ) .....	71
4.4.1	Uji Validitas .....	71
4.4.2	Pengukuran Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	75
4.5	Pembahasan .....	76
4.5.1	Pengaruh Ekuitas merek terhadap keputusan Pembelian .....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>78</b>
5.1	Kesimpulan .....	78
5.2	Saran.....	78
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan .....	78
5.2.1	Bagi Peneliti.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>84</b>
<b>Lampiran I : Lampiran Kuisisioner.....</b>		<b>84</b>
<b>Lampiran 2 : Validitas dan Reliabilitas Responden .....</b>		<b>89</b>
<b>Lampiran 3 : Tabulasi Data 115 Responden .....</b>		<b>90</b>