

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL DEPAN</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL BELAKANG</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	vi
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>MOTTO</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	xix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xx

### BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang .....	1
1.2	Perumusan Masalah.....	7
1.3	Ruang Lingkup Penelitian .....	7
1.3.1	Ruang Lingkup Subjek.....	7
1.3.2	Ruang Lingkup Objek .....	7
1.3.3	Ruang Lingkup Tempat.....	7
1.3.4	Ruang Lingkup Waktu .....	7
1.4	Tujuan Penelitian.....	8
1.5	Manfaat Penelitian.....	8

1.6	Sistematika Penulisan.....	9
-----	----------------------------	---

## **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1	Manajemen Pemasaran.....	10
2.2	Brand (merek).....	10
2.3	Ekuitas Merek.....	11
2.3.1	Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ).....	12
2.3.2	Persepsi Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> ).....	13
2.3.3	Asosiasi Merek ( <i>Brand Association</i> ).....	14
2.3.4	Loyalitas Merek ( <i>Brand loyalty</i> ).....	14
2.4	keputusan Pembelian.....	15
2.5	PENELITIAN TERDAHULU.....	20
2.6	KERANGKA PEMIKIRAN.....	22
2.7	Kerangka Teoritis : Ekuitas Merek.....	23
2.8	Pengajuan Hipotesis.....	23
2.8.1	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.8.2	Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.8.3	Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.8.4	Pengaruh Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.8.5	Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek dan .... Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	26

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Jenis Penelitian.....	27
3.2	Sumber Data.....	27
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.4	Populasi dan Sampel.....	28
3.4.1	Populasi.....	28
3.4.2	Sampel.....	28
3.5	Variabel Penelitian.....	30
3.5.1	Variabel Independen.....	30

3.5.2	Variabel Dependen.....	30
3.6	Definisi Operasional Variabe l.....	30
3.7	Uji Persyaratan Instrumen.....	32
3.7.1	Uji Validitas.....	32
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	32
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data.....	33
3.8.1	Uji Normalitas.....	33
3.8.2	Uji Homogenitas.....	34
3.8.3	Uji Linieritas.....	34
3.8.4	Uji Multikolinier.....	35
3.9	Metode Analisis Data.....	35
3.9.1	Regresi Linier Berganda.....	35
3.10	Pengujian Hipotesis.....	36
3.10.1	Uji T.....	36
3.10.2	Uji F.....	38

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil Penelitian.....	39
4.1.1	Deskripsi Data.....	39
4.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	39
4.1.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	44
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	52
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	52
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	57
4.3	Hasil Uji Persyaratan Analisis Data.....	58
4.3.1	Hasil Uji Normalitas.....	58
4.3.2	Hasil Uji Homogenitas.....	59
4.3.3	Hasil Uji Linieritas.....	60
4.3.4	Hasil Uji Multikulinier.....	61
4.4	Hasil Analisis Data.....	62
4.5	Hasil Uji Hipotesis.....	64

4.5.1	Hasil Uji t.....	64
4.5.2	Hasil Uji F.....	66
4.6	Pembahasan.....	68
4.6.1	Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.6.2	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian. ....	68
4.6.3	Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.6.4	Pengaruh Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.6.5	Pembahasan Uji F. ....	70

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Simpulan.....	71
5.2	Saran.....	71

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Halaman</b>
1.1	Data Top Brand Index (TBI) Susu Cair Dalam Kemasan .....	3
1.2	Hasil Prasarvei Ekuitas Susu UHT.....	5
2.1	Penelitian Terdahulu.....	21
3.1	Skala Pengukuran .....	29
3.2	Kriteria Pemilihan Sampel.....	31
3.3	Definisi Operasional Variabel .....	32
3.4	Interpretasi Nilai R .....	35
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	43
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	43
4.5	Hasil Jawaban Responden Variabel Kesadaran Merek (X1)....	44
4.6	Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Kualitas (X2) ....	45
4.7	Hasil Jawaban Responden Variabel Asosiasi Merek (X3).....	47
4.8	Hasil Jawaban Responden Variabel Loyalitas Merek (X4).....	49
4.9	Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian(Y)	51
4.10	Hasil Uji Validitas Kesadaran Merek (X1) .....	53
4.11	Hasil Uji Validitas Persepsi Kualitas (X2).....	54
4.12	Hasil Uji Validitas Asosiasi Merek (X3).....	55
4.13	Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek (X4) .....	56
4.14	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian(Y).....	57
4.15	Interpretasi Nilai R Alpha Indeks Korelasi .....	58
4.16	Hasil Uji Reliabilitas .....	58
4.17	Hasil Uji Normalitas .....	59
4.18	Hasil Uji Homogenitas .....	43
4.19	Hasil Uji Linieritas .....	60
4.20	Hasil Uji Multikolinier .....	61
4.21	Hasil Perhitungan Coefficients.....	62
4.22	Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	63

4.23	Hasil Perhitungan Uji t .....	64
4.24	Hasil Uji f .....	66

## **DAFTAR GAMBAR**

**Halaman**

2.1	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	17
2.2	Tahap Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian .....	19
2.3	Kerangka Pikir .....	23
2.4	Struktur Kerangka Teori .....	24

**DAFTAR GRAFIK**

**Grafik**

**Halaman**

1.1	Penjualan susu UHT Frisian Flag di Bandar Lampung.....	4
-----	--	---



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2** Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 3** Karakteristik Responden
- Lampiran 4** Jawaban Pernyataan
- Lampiran 5** Hasil uji Validitas
- Lampiran 6** Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7** Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 8** Hasil Uji Homogenitas
- Lampiran 9** Hasil Uji Linearitas
- Lampiran 10** Hasil Uji Multikolonieritas
- Lampiran 11** F Tabel
- Lampiran 12** T Tabel