

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
HALAMAN ABSTRAK	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14

A. <i>Repurchase Intention</i> (Minat Beli Ulang).....	14
B. <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek)	19
1. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	20
2. <i>Brand Association</i> (Asosiasi Merek)	22
3. <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas)	23
4. <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek).....	25
C. <i>Brand Preference</i> (Preferensi Merek)	29
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	36
1. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>) terhadap Minat Beli	36
2. Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>) terhadap Minat Beli	37
3. Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>) terhadap Minat Beli	37
4. Loyalitas Merek (<i>Loyalty Merek</i>) terhadap Minat Beli	38
5. Preferensi Merek (<i>Brand Preference</i>) terhadap Minat Beli.....	38
2.4 Kerangka Penelitian	40
2.5 Hipotesis	41
BAB 3 METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Objek dan Waktu Penelitian	42

C. Populasi.....	43
D. Sampel.....	43
E. Teknik Pengambilan Sampel	43
F. Jenis dan Sumber Data.....	44
G. Definisi Operasional Variabel.....	45
1. <i>Brand Awareness</i> (X_1)	45
2. <i>Brand Association</i> (X_2).....	46
3. <i>Perceived Quality</i> (X_3).....	47
4. <i>Brand Loyalty</i> (X_4).....	47
5. <i>Brand Preference</i> (X_5)	47
6. Minat Beli Ulang (Y).....	48
H. Metode Pengumpulan Data.....	50
1. Kuisioner	50
I. Uji Instrumen Penelitian	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas	53
J. Teknik Analisis Data.....	54
1. Analisis Linier Berganda	54
2. Uji F	55
3. Uji T	56
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	57
A. Analisis Deskriptif	57
1. Karakteristik Responden.....	57
A. Jenis Kelamin.....	57
B. Usia Responden	57

C. Penghasilan/ Uang Saku	58
2. Analisa Deskripsi Variabel	58
a. <i>Brand Awareness</i>	58
b. <i>Brand Association</i>	59
c. <i>Perceived Quality</i>	60
d. <i>Brand Loyalty</i>	60
e. <i>Brand Preference</i>	61
f. Minat Beli Ulang.....	62
B. Analisa Regresi Berganda.....	63
a. Hasil Uji Model.....	63
b. Konstanta (a)	64
c. Koefisien Regresi <i>Brand Awareness</i> (b_1).....	64
d. Koefisien Regresi <i>Brand Association</i> (b_2)	64
e. Koefisien Regresi <i>Perceived Quality</i> (b_3)	64
f. Koefisien Regresi <i>Brand Loyalty</i> (b_4)	64
g. Koefisien Regresi <i>Brand Preference</i> (b_5)	65
h. Hasil uji F.....	65
i. Hasil uji t	65
C. Pembahasan.....	66
1. Pengaruh Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>) terhadap minat beli ulang.....	66
2. Pengaruh Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>) terhadap minat beli ulang	67
3. Pengaruh Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>) terhadap minat beli ulang.....	68

4. Pengaruh Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>) terhadap minat beli ulang	69
5. Pengaruh Preferensi Merek (<i>Brand Preference</i>) terhadap minat beli ulang.....	70
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Skala Likert pada Jawaban Kuisisioner.....	50
Tabel 3.2 Tabel Uji Validitas Variabel Penelitian	52
Tabel 3.3 Hasil Uji Reabilitas instrumen.....	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responen Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/ Uang Saku.....	58
Tabel 4.4 Persepsi Responden Variabel <i>Brand Awareness</i>	58
Tabel 4.5 Persepsi Responden Variabel <i>Brand Association</i>	59
Tabel 4.6 Persepsi Responden Variabel <i>Perceived Quality</i>	60
Tabel 4.7 Persepsi Responden Variabel <i>Brand Loyalty</i>	60
Tabel 4.8 Persepsi Responden Variabel <i>Brand Preference</i>	61
Tabel 4.9 Persepsi Responden Variabel Minat Beli Ulang.....	62
Tabel 4.10 Hasil analisis Regresi Berganda	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Loyalitas Merek (Brand Loyalty)	26
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	74
Lampiran II Uji Valid	79
Lampiran III Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	80
Lampiran IV data 100	105
Lampiran V Karakteristik Responden	108
Lampiran VI Uji Hipotesis.....	115