

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Praktis	9
2. Manfaat Teoritis	9
E. Tinjauan Pustaka	10
1. Tinjauan Teoritis	10
1. Persepsi Citra Merek	10
2. Merek adalah sakral	14
3. Merek suatu aset perusahaan	15
4. Merek yang baik	17
5. Pentingnya merek	19
6. Mengolah citra	20
7. Atribut-atribut	21
2. Tinjauan Empiris	22
F. Kerangka Berfikir	29
G. Kerangka Teori	30
a. Teori Yang Digunakan	30
b. Definisi Konsep	30
c. Definisi Operasional	31
H. Skala Pengukuran	31
I. Metode Penelitian	32
a. Tipe Penelitian	32
b. Ruang Lingkup Penelitian	33
c. Lokasi Penelitian	33
d. Alasan Pemelihan Lokasi Penelitian	33
e. Sumber Data	33
f. Pengumpulan Data	33
g. Populasi Dan Sampel	34
h. Teknik Sampling	35
J. Uji Instrumen	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas	37

K. Analisis Data	37
1. Cochran Q-test	37
2. Analisis Citra	39
a. Analisis pengenalan dan kesukaan	39
b. Analisis diagram ular	40
c. Analisis uji beda	40
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	41
A. Sejarah Perusahaan	41
1. Sejarah perusahaan <i>smartphone</i> Iphone	41
2. Sejarah perusahaan <i>smartphone</i> Samsung	45
B. Logo perusahaan	47
a. Logo perusahaan <i>smartphone</i> Iphone.....	47
b. Logo perusahaan <i>smartphone</i> Samsung	47
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Identifikasi Responden	48
B. Uji Ivaliditas dan Realibitas	55
1. Uji Validitas.....	55
2. Uji Reliabilitas	56
C. Hasil Uji <i>cochran QTest</i>	56
1. Pengujian I.....	58
2. Pengujian II	60
3. Pengujian III	61
4. Pengujian IV	63
5. Pengujian V.....	65
6. Pengujian VI	66
7. Pengujian VII	68
D. Analisis Pengenalan dan Kesukaan	69
E. Analisis Citra multi Atribut dengan Diagram Ular	77
F. Analisis uji beda	83
G. Pembahasan Hasil Penelitian	86
BAB IV PENUTUP.....	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan <i>Smartphone</i> 2017	5
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 1.3 Skala Likert	32
Tabel 1.4 Data Pengguna <i>Smartphone</i>	34
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	49
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Pelanggan	50
Tabel 3.3 Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir.....	51
Tabel 3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Berbulan	54
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 3.7 Hasil Uji Reabilitas.....	56
Tabel 3.8 Jawaban Pengujian I	58
Tabel 3.9 Jawaban Pengujian II.....	60
Tabel 3.10 Jawaban Pengujian III	62
Tabel 3.11 Jawaban Pengujian IV	63
Tabel 3.12 Jawaban Pengujian V	65
Tabel 3.13 Jawaban Pengujian VI	67
Tabel 3.14 Jawaban Pengujian VII.....	68
Tabel 3.15 Score Rata-rata Citra Merek pengenalan dan kesukaan	70
Tabel 4.1 Matrik Posisi Citra Merek UPN	71
Tabel 4.2 Matrik Citra Merek Atma Jaya.....	73
Tabel 4.3 Matrik Citra Merek STTNAS	74
Tabel 3.16 Banding Score Rata-rata.....	75
Tabel 4.4 Matrik posisi tingkat Pengenalan dan kesukaan Yogyakarta	76
Tabel 3.17 Score Rata-rata Multi Atribut UPN	78
Tabel 3.18 Score Rata-rata Multi Atribut Atma Jaya.....	79

Tabel 3.19 Score Rata-rata Multi Atribut STTNAS.....	81
Tabel 3.21 Uji Beda UPN.....	84
Tabel 3.22 Uji Beda Atma Jaya.....	84
Tabel 3.23 Uji Beda STTNAS.....	85
Tabel 3.24 Uji Beda Keseluruhan.....	85

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Diagram Ular Citra Merek Universitas UPN	78
Diagram 3.2 Diagram Ular Citra Merek Universitas Atma Jaya	80
Diagram 3.3 Diagram Ular Citra Merek Universitas STTNAS	81
Diagram 3.3 Diagram Ular Citra Merek keseluruhan	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir	29
Gambar 1.2 Analisis Pengenalan dan Kesukaan	39
Gambar 1.3 Logo Perusahaan Smartphone Iphone	47
Gambar 1.4 Logo Perusahaan Smartphone Samsung	47