

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	i
MOTTO.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Landasan Teori	11

1.5.1	Pemasaran	12
1.5.2	Konsep Produk	15
1.5.3	Atribut Produk.....	16
1.5.4	Konsep Merek.....	17
1.5.5	Konsep Ekuitas Merek	19
1.5.6	Kesetiaan Merek.....	21
1.5.7	Kepuasan	27
1.5.8	Pengalaman	31
1.5.9	Pengalaman Merek.....	31
1.6	Tinjauan Empiris	32
1.7	Hubungan Antar Variabel.....	39
	Pengaruh Pengalaman Merek terhadap Kepuasan Merek	39
	Pengaruh Pengalaman Merek terhadap Kesetiaan Merek	39
	Pengaruh Kepuasan Merek terhadap Kesetiaan Merek	40
1.8	Kerangka Pemikiran	40
1.9	Hipotesis	44
1.10	Definisi Konsep	45
1.11	Definisi Operasional.....	46

1.12	Metode Penelitian.....	47
1.13	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	49
1.14	Teknik Pengumpulan dan Pengukuran Data	51
1.15	Uji Instrumen.....	52
1.16	Teknik Analisis Data	53
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....		59
2.1	Sejarah Converse	59
2.2	Logo Converse.....	60
2.3	Lokasi Perusahaan Converse.....	60
2.4	Produk Sepatu Converse.....	60
2.5	<i>Official Store</i> Converse di Indonesia.....	64
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....		65
3.1	Karakteristik Responden	65
3.2	Hasil Instrumen Penelitian	65
3.2.1	Uji Validitas	65
3.2.2	Uji Reabilitas.....	67
3.3	Teknik Analisis Data	68
3.3.1	Analisis Deskriptif	68

3.4	Analisis Statistik Inferensial.....	102
3.4.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	102
3.4.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	107
3.5	Uji Hipotesis.....	110
3.6	Pembahasan	113
3.6.1	Pengaruh Pengalaman Merek (X) terhadap Kepuasan Merek (Z). 113	
3.6.2	Pengaruh Pengalaman Merek (X) terhadap Kesetiaan Merek (Y).114	
3.6.3	Pengaruh Kepuasan Merek (Z) terhadap Kesetiaan Merek (Y)....	115
3.6.4	Pengaruh Pengalaman Merek (X) terhadap Kesetiaan Merek (Y) melalui Kepuasan Merek (Z).	116
BAB IV PENUTUP		117
4.1	Kesimpulan.....	117
4.2	Saran.....	118
4.2.1	Bagi Converse Armada Town Square Mall	118
4.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	121
DAFTAR PUSTAKA		122