

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	20
1.3. Tujuan Penelitian	21
1.4. Manfaat Penelitian	21
1.4.1. Manfaat Praktis	21
1.4.2. Manfaat Teoretis	22
1.5. Tinjauan Pustaka.....	22
1.5.1. Tinjauan Teoretis	22
1.5.1.1. Perilaku Konsumen.....	22
1.5.1.2. Pemasaran	30
1.5.1.3. Merek	32
1.5.1.4. Kesadaran Merek	34
1.5.1.5. Citra Merek	38
1.5.1.6. Loyalitas Merek	42
1.5.1.7. Minat Beli Ulang.....	49
1.5.2. Tinjauan Empiris.....	52
1.6. Pengaruh Antarvariabel Penelitian.....	66
1.6.1. Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Merek	66
1.6.2. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek	67

1.6.3. Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Ulang	68
1.6.4. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang	70
1.6.5. Pengaruh Loyalitas Merek terhadap Minat Beli Ulang	71
1.7. Kerangka Pemikiran.....	72
1.8. Hipotesis	77
1.9. Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	79
1.9.1. Definisi Konsep	79
1.9.2. Definisi Operasional	80
1.10. Metode Penelitian	84
1.10.1. Tipe Penelitian	84
1.10.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	85
1.10.3. Lokasi Penelitian.....	85
1.10.4. Populasi dan Sampel	86
1.10.5. Teknik Pengambilan Sampel	87
1.10.6. Sumber Data.....	88
1.10.7. Teknik Pengumpulan Data.....	88
1.10.8. Uji Instrumen	89
1.10.8.1. Uji Validitas	89
1.10.8.2. Uji Reliabilitas	90
1.10.9. Teknik Analisis Data.....	91
1.10.9.1 Analisis Deskriptif	91
1.10.9.2. Analisis Inferensial	92
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	98
2.1. Sejarah Perusahaan Canon	98
2.2. Filosofi dan Skala Bisnis Perusahaan Canon.....	100
2.3. Gerai Gudang Digital Yogyakarta	101
2.4. Media Sosial Gerai Gudang Digital Yogyakarta	103
2.5. Lokasi dan Waktu Operasional Gerai Gudang Digital Yogyakarta	103

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	104
3.1. Hasil Uji Instrumen	104
3.1.1. Uji Validitas	105
3.1.2. Uji Reliabilitas	107
3.2. Karakteristik Responden	108
3.2.1. Jenis Kelamin Konsumen	108
3.2.2. Usia Konsumen	109
3.3. Teknik Analisis Data	111
3.3.1. Analisis Deskriptif	111
3.3.1.1. Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Merek	112
3.3.1.2. Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek	121
3.3.1.3. Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Merek	130
3.3.1.4. Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang	144
3.3.2. Analisis Inferensial	156
3.3.2.1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	156
3.3.2.2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	162
3.3.2.3. Pengujian Hipotesis	164
3.4. Pembahasan	169
BAB IV PENUTUP	179
4.1. Kesimpulan	179
4.1. Saran	180
DAFTAR PUSTAKA	184
LAMPIRAN	189