

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori.....	9
1. Minat beli ulang	9
2. Kesadaran merek (<i>Brand awerenees</i>)	15
3. Asosiasi merek (<i>Brand association</i>)	18
4. Persepsi kualitas (<i>Perceived quality</i>)	22
5. Loyalitas merek (<i>Brand loyalty</i>)	24
6. Preferensi merek (<i>Brand prefernce</i>)	27
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Hubungan Antar Variabel	31
D. Kerangka Pemikiran.....	34
E. Hipotesis	35
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Objek dan Waktu Penelitian	36
C. Populasi.....	37
D. Sampel	37
E. Teknik Pengambilan Sampel	37
F. Jenis dan Sumber data.....	38
G. Definisi Operasional Variabel.....	38
H. Metode Pengumpulan Data.....	43
I. Uji Instrumen Penelitian	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	45
J. Teknik Analisis Data	46

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Deskriptif	50
B. Analisis Kuantitatif	55
C. Pembahasan.....	59
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
Lampiran	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Skala Likert pada jawaban Kuisioner	43
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel penelitian	45
Tabel 3.3 Hasil Uji Realibilitas Instrumen	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang saku	50
Tabel 4.3 Persepsi Responden Variabel <i>Brand awereness</i>	51
Tabel 4.4 Persepsi Responden Variabel <i>Brand Association</i>	52
Tabel 4.5 Persepsi Responden Variabel <i>Perceived Quality</i>	52
Tabel 4.6 Persepsi Responden Variabel <i>Brand Loyalty</i>	53
Tabel 4.7 Persepsi Responden Variabel <i>Brand Preference</i>	54
Tabel 4.8 Persepsi Responden Variabel Minat Beli Ulang.....	54
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Berganda	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tingkatan Brand awereness	16
Gambar 2.2 Piramida Loyalitas	25
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	70
Lampiran 2. Rekapitulasi 30 Data Responden.....	74
Lampiran 3. Rekapitulasi 100 Data Responden.....	79
Lampiran 4. Uji Validitas dan Realibilitas	90
Lampiran 5. Uji Analisis Deskriptif Variabel.....	101
Lampiran 6. Uji Analisis Regresi Berganda	106