DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....i

HALAMAN SAMPUL.....ii

HALAMAN PENGESAHAN.....iii

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....iv

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....v

KATA PENGANTAR.....vi

ABSTRAK.....viii

ABSTRACT.....ix

DAFTAR ISI.....x

DAFTAR GAMBAR.....xv

DAFTAR TABEL...../.....xvii

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....1

1.1.1 Profil Perusahaan.....1

1.1.2 Visi dan Misi.....2

1.1.3 Logo Perusahaan.....2

1.1.4 Produk dan Layanan Perusahaan.....2

1.2 Latar Belakang Penelitian.....3

1.3 Rumusan Masalah.....13

1.4 Pertanyaan Penelitian.....14

1.5 Tujuan Penelitian.....15

1.6 Manfaat Penelitian.....15

1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....16

1.8 Sistematika Penulisan.....16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....17

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....17

2.1.1 Merek.....17

2.1.2 Brand Equity (Ekuitas Merek).....21

2.1.3 Brand Association (asosiasi Merek).....25

2.1.4 Brand Loyalty (Loyalitas Merek).....25

2.1.5 Brand Awareness (Kesadaran Merek).....27

2.1.6 Brand Image (Citra Merek).....28

2.1.7 Generasi Y.....29

2.1.8 Media Sosial.....31

2.1.9 Media Sosial dan Generasi Y.....32

2.2 Penelitian Terdahulu.....33

2.3 Kerangka Pemikiran.....39

2.4 Hipotesis Penelitian.....41

BAB III METODE PENELITIAN.....43

3.1 Karakteristik Penelitian.....43

3.2 Alat Pengumpulan Data.....44

3.2.1 Variabel Operasional.....44

3.2.2 Skala Pengukuran.....50

3.3 Tahap Penelitian.....51

3.4 Populasi dan Sampel.....52

3.4.1 Populasi.....52

3.4.2 Sampel.....52

3.5 Pengumpulan data dan Sumber Data.....53

3.5.1 Jenis Data.....53

3.5.2 Sumber Data.....54

3.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....54

3.6 Validitas dan Reliabilitas.....55

3.6.1 Uji Validitas.....55

3.6.2 Uji Reliabilitas.....56

3.7 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis.....58

3.7.1 Teknik Analisis Data.....58

3.7.2 Teknik Pengujian Hipotetsis.....64

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....67

4.1. Karakteristik Responden.....67

4.1.1 Karakteristik Responden yang Menyatakan Menggunakan dan Tidak Menggunakan Telkomsel.....67

4.1.2 Karakteristik Responden yang Menyatakan Menggunakan Media Sosial.....68

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial yang Digunakan.....69

4.1.4 Karakteristik Responden Menyatakan Jenis Kartu Telkomsel yang Digunakan.....70

4.1.5 Karakteristik Responden Menyatakan Lama Penggunaan Kartu Telkomsel.....71

4.1.6 Karakteristik Respoden Berdasarkan Usia.....72

4.1.7 Karakteristik Responden Berdasakan Jenis Kelamin.....73

4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....73

4.1.9 Responden Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....75
4.1.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....76
4.1.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal (Pulau).....77
4.2 Hasil Penelitian.....78
4.2.1 Analisis Deskriptif.....78
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....84
4.2.3 Analisis Regresi Berganda.....89
4.2.4 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....90
4.2.5 Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F).....92
4.2.6 Koefisien Determinasi (R^2).....93
4.3 Pembahasan dan Hasil.....93
4.3.1 Hasil Analisis Karakteristik Responden.....93
4.3.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....94
4.3.3 Brand association, Brand loyalty, Brand awareness, Brand image Terhadap Brand Equity pada Generasi Y di Indonesia.....95
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....101
5.1 Kesimpulan.....101
5.2 Saran.....101
5.2.1 Saran untuk Perusahaan.....101
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....102
DAFTAR PUSTAKA.....103
LAMPIRAN 1.....111
LAMPIRAN 2.....115
LAMPIRAN 3.....118
LAMPIRAN 4.....150