

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah .....	8
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.5 Tujuan Penelitian .....	9
1.6 Manfaat Penelitian .....	10
1.7 Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.7.1 Variabel dan Sub-Variabel Penelitian .....	10
1.7.2 Lokasi dan Objek Penelitian .....	11
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....</b>	<b>13</b>

2.1	Teori-teori Terkait Penelitian .....	13
2.1.1	Pengertian Merek ( <i>Brand</i> ).....	13
2.1.2	Pengertian Ekuitas Merek ( <i>Brand Equity</i> ) .....	13
2.1.3	Elemen Ekuitas Merek .....	14
2.1.4	Pengertian Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	15
2.1.5	Pengertian Asosiasi Merek ( <i>Brand Association</i> ) .....	16
2.1.6	Pengertian Persepsi Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> ).....	17
2.1.7	Pengertian Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ).....	18
2.2	Penelitian Terdahulu .....	19
2.3	Kerangka Pemikiran .....	22
2.4	Hipotesis Penelitian .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>26</b>
3.1	Karakteristik Penelitian .....	26
3.2	Alat Pengumpulan Data.....	27
3.2.1	Variabel Operasional.....	27
3.2.2	Skala Pengukuran .....	34
3.3	Tahapan Penelitian.....	35
3.4	Populasi dan Sampel.....	36
3.4.1	Populasi .....	36
3.4.2	Sampel.....	37
3.4.3	Teknik Sampling .....	37
3.4.4	Ukuran Sampel .....	38
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	38
3.5.1	Pengumpulan Data .....	38

3.5.2	Sumber Data .....	39
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
3.6.1	Uji Validitas .....	39
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	41
3.7	Teknik Pengolahan Data.....	42
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	42
3.7.2	<i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	44
3.7.3	Evaluasi Model Pengukuran.....	46
3.7.4	Evaluasi Model Struktural.....	48
3.7.5	Pengujian Hipotesis.....	49
 <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>51</b>
4.1	Karakteristik Responden.....	51
4.1.1	<i>Screening Question</i> Pembeli Produk dari Lazada .....	51
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	55
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	56
4.2	Hasil Penelitian.....	57
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	58
4.3	Analisis Statistik .....	66
4.3.1	Hasil Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	66
4.3.2	Hasil Uji Model Struktural .....	71
4.3.3	Pengujian Hipotesis .....	72

4.4	Pembahasan Hasil Penelitian .....	73
4.4.1	Pembahasan Tanggapan Responden .....	74
4.4.2	Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Ekuitas Merek .....	75
4.4.3	Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Ekuitas Merek.....	76
4.4.4	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Ekuitas Merek .....	76
4.4.5	Pengaruh Loyalitas Merek terhadap Ekuitas Merek .....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>78</b>
5.1	Kesimpulan .....	78
5.2	Saran .....	79
5.2.1	Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	79
5.2.2	Saran untuk Perusahaan .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>85</b>