

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Samsung	1
1.1.2 Filosofi dan Tujuan Samsung	1
1.1.3 Produk Samsung	3
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Aspek Teoritis	10
1.5.2 Aspek Praktis	10
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Brand	12
2.1.3 Brand Equity	14
2.1.4 Dimensi Brand Equity	16
2.1.5 Perilaku Konsumen	17
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	18

2.1.7 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.4 Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	33
3.2.1 Variabel Operasional	33
3.2.2 Skala Pengukuran	41
3.3 Tahapan Penelitian.....	42
3.4 Populasi dan Sampel.....	43
3.4.1 Populasi	43
3.4.2 Sampel	44
3.4.3 Ukuran Sampel.....	44
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	46
3.5.1 Pengumpulan Data.....	46
3.5.2 Sumber Data.....	47
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas.....	48
3.6.1 Uji Validitas.....	48
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.7 Teknik Analisis Data	51
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	51
3.7.2 Method of Successive Interval (MSI)	53
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.7.4.1 Pengujian Normalitas	54
3.7.4.2 Pengujian Multikolinieritas.....	55
3.7.4.3 Pengujian Heterokedastisitas	55
3.7.4.4 Pengujian Autokorelasi	56
3.7.5 Analisis Regresi Berganda	56
3.7.6 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	57

3.7.7 Pengujian Hipotesis.....	57
3.7.7.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	57
3.7.7.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Karakteristik Responden	60
4.1.1 Karakteristik Responden Menyatakan Pengguna Smartphone Samsung	60
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	61
4.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
4.1.5 Karakteristik Reponden berdasarkan Pekerjaan.....	63
4.1.6 Karakteristik Responden berdasarkan Rata-Rata Pendapatan	64
4.1.7 Karakteristik Responden berdasarkan Zona Waktu Wilayah Tempat Tinggal.....	65
4.2 Hasil Penelitian	66
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	66
4.2.1.1 Tanggapan Responden terhadap Brand Equity (Brand Loyalty) 67	
4.2.1.2 Tanggapan Responden terhadap Brand Equity (Perceived Quality)	70
4.2.1.3 Tanggapan Responden terhadap Brand Equity (Brand Awareness)	72
4.2.1.4 Tanggapan Responden terhadap Brand Equity (Brand Association).....	72
4.2.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Brand Equity (X) Secara Keseluruhan	74
4.2.1.7 Tanggapan Responden terhadap Customer Satisfaction	75
4.1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	77
4.1.2.1 Uji Normalitas.....	77
4.1.2.2 Uji Multikolinieritas	78
4.1.2.3 Uji Heteroskedastisitas	80
4.1.2.4 Uji Autokorelasi.....	80

4.1.3 Analisis Regresi Linear Berganda	81
4.1.4 Uji Hipotesis	83
4.1.4.1 Pengujian F	82
4.1.4.2 Pengujian T	84
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	87
4.3.1 Pembahasan Hasil Analisis Deskriptif	88
4.3.2 Pembahasan Hasil Analisis Asumsi Klasik	90
4.3.3 Pembahasan Hasil Hubungan Antar Variabel	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	96
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	96
5.2.2 Saran bagi Penelitian Selanjutnya	96