

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.4 Produk dan Layanan Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	9
2.1 Merek (<i>Brand</i>)	9
2.2 <i>Brand Awareness</i>	9
2.3 <i>Brand Positioning</i>	10
2.4 <i>Brand Image</i>	11
2.5 <i>Brand Satisfaction</i>	11
2.6 Loyalitas.....	12
2.7 Hubungan antar Variabel	12
2.7.1 Hubungan antara <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Satisfaction</i>	12
2.7.2 Hubungan antara <i>Brand Positioning</i> dan <i>Brand Satisfaction</i>	13

2.7.3	Hubungan antara <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Satisfaction</i>	13
2.7.4	Hubungan antara <i>Brand Satisfaction</i> dan <i>Loyalitas</i>	14
2.7.5	Hubungan antara <i>Brand Awareness, Brand Positioning, Brand Image, Brand Satisfaction</i> , dan <i>Loyalitas</i>	14
2.8	Penelitian Terdahulu	15
2.9	Kerangka Pemikiran.....	22
2.10	Hipotesis Penelitian	23
2.11	Ruang Lingkup Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penelitian.....	25
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	25
3.2.1	Variabel Operasional	25
3.2.2	Skala Pengukuran.....	29
3.3	Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel.....	30
3.4	Tahapan Penelitian.....	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5.1	Data Primer	32
3.5.2	Data Sekunder.....	32
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	32
3.6.1	Uji Validitas	32
3.6.2	Uji Reliabilitas	33
3.7	Teknik Analisis Data.....	34
3.7.1	Analisis Deskriptif	34
3.7.2	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>	36
3.7.3	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	36
3.7.4	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	36
3.7.5	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	37
3.6.6	Pengujian Hipotesis	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Pengumpulan Data	40
4.2	Karakteristik Responden.....	40
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40

4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	42
4.3	Analisis Deskriptif	42
4.3.1	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Brand Awareness</i>	43
4.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Brand Positioning</i>	46
4.3.3	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Brand Image</i>	49
4.3.4	Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Brand Satisfaction</i>	52
4.3.5	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas	55
4.4	SEM PLS	58
4.4.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	58
4.4.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	66
4.5	Pengujian Hipotesis	68
4.6	Pembahasan.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....		77
LAMPIRAN.....		84