

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penelitian Terdahulu	8
1.3 Kesenjangan Penelitian	12
1.4 Batasan Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Kontribusi Penelitian.....	14
1.7 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Merek	16
2.2 <i>Brand Equity</i>	17
2.2.1 Dimensi <i>Brand Equity</i>	18
2.3 <i>Purchase Intention</i>	23
2.3.1 Pengertian <i>Purchase Intention</i>	23
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	24
2.4 <i>Willingness Premium Price</i>	26
2.5 Pengertian Produk Baru dan Kriteria Produk Baru.....	27
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
3.1 Kerangka Koseptual	29
3.2 Hipotesis Penelitian.....	31

3.2.1 Hubungan Antara <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Equity</i>	31
3.2.2 Hubungan Antara <i>Perceived Quality</i> dan <i>Brand Equity</i>	32
3.2.3 Hubungan Antara <i>Brand Association/ Image</i> dan <i>Brand Equity</i>	32
3.2.4 Hubungan Antara <i>Brand Loyalty</i> dan <i>Brand Equity</i>	32
3.2.5 Hubungan Antara <i>Brand Equity</i> dan <i>Purchase Intention</i>	33
3.2.6 Hubungan Antara <i>Brand Equity</i> dan <i>Willingness Premium Price</i>	33

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1 Desain Penelitian.....	35
4.2 Definisi, Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel.....	35
4.2.1 Variabel <i>Brand Awareness</i>	36
4.2.2 Variabel <i>Perceived Quality</i>	36
4.2.3 Variabel <i>Brand Association</i>	36
4.2.4 Variabel <i>Brand Loyalty</i>	37
4.2.5 Variabel Keseluruhan <i>Brand Equity</i>	37
4.2.6 Variabel <i>Purchase Intention</i>	38
4.2.7 Variabel <i>Willingness to Pay a Premium price</i>	38
4.3 Teknik Penentuan Sampel dan Pengumpulan Data	39
4.3.1 Penentuan Sampel.....	39
4.3.2 Pengumpulan Data.....	39
4.4 Analisa Data	40
4.4.1 Uji Instrumen.....	41
4.4.1.1 Analisis Faktor (Uji Validitas) Untuk Penelitian Pendahuluan.....	41
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	43
4.5 <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	44
4.5.1 Ukuran Sampel dan Asumsi Dasar SEM.....	46
4.5.2 Proses Analisis SEM menggunakan LISREL	47
4.5.2.1 Identifikasi Model.....	49
4.5.2.2 Estimasi Model.....	49
4.5.2.3 Uji Kecocokan Model.....	50
4.5.2.4 Kecocokan Model Pengukuran.....	50
4.5.2.5 Kecocokan Model Struktural.....	51
4.5.2.2 Respesifikasi.....	51

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum Penelitian	52
5.1.1 Gambaran Umum Penelitian <i>Pre-Test</i>	52
5.1.2 Pembahasan Uji Validitas.....	52
5.1.3 Pembahasan Uji Realibilitas	56
5.1.4 Pelaksanaan Survey	56
5.2 Hasil Penelitian	57
5.2.1 Analisis Deskriptif Demografi Responden.....	57
5.2.2 Analisis Perbedaan Respon Responden.....	57
5.2.2.1 Perbedaan Respon Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
5.2.2.2 Perbedaan Respon Berdasarkan Usia	58
5.2.2.3 Perbedaan Respon Berdasarkan Pendidikan	59
5.2.2.4 Perbedaan Respon Berdasarkan Pekerjaan	60
5.2.3 Analisis Hasil Penelitian dengan SEM.....	60
5.2.3.1 Analisis Model Pengukuran	61
5.2.3.2 Analisis Model Struktural	62
5.2.3.3 Analisis Kesesuaian Seluruh Model.....	63
5.2.4 Pengujian Hipotesis	67
5.2.4.1 Analisis Hasil Pengujian Hipotesis 1	68
5.2.4.2 Analisis Hasil Pengujian Hipotesis 2	68
5.2.4.3 Analisis Hasil Pengujian Hipotesis 3	70
5.2.4.4 Analisis Hasil Pengujian Hipotesis 4	71
5.2.4.5 Analisis Hasil Pengujian Hipotesis 5	72
5.2.4.6 Analisis Hasil Pengujian Hipotesis 6	73
5.3 Implikasi Manajerial	74
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	85
6.2 Keterbatasan Penelitian	86
6.3 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	92