

DAFTAR ISI

UNIVERSITAS ESA UNGGUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABLE.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
Brand Loyalty (Loyalitas Merek).....	4
Brand Awareness (Kesadaran Merek).....	5
Brand Image (Citra Merek).....	6
Perceived Quality.....	7
Brand Equity (Ekuitas Merek).....	7
BAB III HUBUNGAN ANTAR VARIABELN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 7	
Pengaruh Brand Loyalty Terhadap Brand Equity.....	7
Pengaruh Brand Awareness Terhadap Brand Equity	8
Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Equity	8
Pengaruh Brand Perceived Quality Terhadap Brand Equity	9
MODEL PENELITIAN.....	9
BAB IV METEDOLOGI PENELITIAN.....	10
BAB V HASIL.....	12
Hasil Uji Validitas.....	14
Hasil Uji Reliabilitas.....	15
BAB VI DISKUSI	15
BAB VII KESIMPULAN	17
DAFTAR REFERENSI.....	19
LAMPIRAN	23
Tabel 1. Uji Hipotesis Model Penelitian.....	14
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	26

DAFTAR ISI

Tabel 4. Kuesioner Penelitian.....	30
Tabel 5. Data Responden.....	33
Tabel 6. Demografi Responden berdasarkan Jenis Kelamin, Rentang Usia, dan Pekerjaan.....	39
Tabel 6. Demografi Berdasarkan Uang yang Dhabiskan untuk Membeli Produk MS Glow dalam Waktu Satu Bulan, Frekuensi Pembelian Produk MS Glow Selama Satu Tahun, dan Jenis Produk MS Glow Favorit.....	39
Tabel 7. Perhitungan Construct Reability dan Variance Extracted.....	62
Tabel 8. Goodness Of Fit.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Ringkasan Daftar Penelitian Terdahulu.....	24
Lampiran 2. Definisi Operasional Variabel	26
Lampiran 3. Kuisioner Penelitian... ..	28
Lampiran 4. Data Responden.....	33
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas SPSS 26	41
Lampiran 6. Hasil Analisis SEM Lisrel	50
Lampiran 7. Data Perhitungan Construct Reliability (CR) dan Variance Extracted (VE).....	62
Lampiran 8. Hasil Cek Plagiarisme	64

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1. Piramida <i>brand loyalty</i>	5
Gambar 2. Piramida <i>brand awareness</i>	6
Gambar 3. Model penelitian.....	8
Gambar 4. <i>Path Diagram T-Value</i>	11