

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN... ..	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Pertanyaan Penelitian	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Merek	12
2.1.1 Peran Merek	12
2.1.1.1 Peran Merek bagi konsumen	12
2.1.1.2 Peran Merek bagi perusahaan.....	12
2.2 Ekuitas Merek.....	13
2.2.1 Ekuitas Merek Berbasis Konsumen.....	14
2.2.2 Kesadaran Merek.....	15
2.2.3 Asosiasi Merek.....	16
2.2.4 Persepsi Kualitas	16
2.2.5 Relevansi Merek.....	17
2.2.6 Loyalitas Merek	17
2.2.7 Ketersukaan Merek.....	18
2.2.8 Kinerja Perusahaan.....	19
2.3 Kajian Penelitian Terdahulu	19

2.4	Pengembangan Hipotesis.....	22
2.4.1	Ketersukaan Merek secara positif memoderasi pengaruh Kesadaran Merek pada Kinerja Perusahaan	22
2.4.2	Ketersukaan Merek secara positif memoderasi pengaruh Asosiasi Merek pada Kinerja Perusahaan.....	23
2.4.3	Ketersukaan Merek secara positif memoderasi pengaruh Persepsi Kualitas pada Kinerja Perusahaan	23
2.4.4	Ketersukaan Merek secara positif memoderasi pengaruh Relevansi Merek pada Kinerja Perusahaan.....	24
2.4.5	Ketersukaan Merek secara positif memoderasi pengaruh Loyalitas Merek pada Kinerja Perusahaan.....	24
2.4.6	Ketersukaan Merek Memoderasi hubungan antara Ekuitas Merek dan Kinerja Perusahaan.....	25
2.5	Kerangka Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Desain Penelitian.....	27
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.2.1	Populasi	27
3.2.2	Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.2.3	Ukuran Sampel.....	28
3.3	Instrumen Penelitian.....	29
3.3.1	Definisi Operasional Variabel	29
3.3.2	Metode Pengukuran.....	32
3.4	Pengujian Instrumen.....	32
3.4.1	Uji Validitas Variabel Asosiasi Merek	34
3.4.2	Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas.....	34
3.4.3	Uji Validitas Variabel Relevansi Merek	35
3.4.4	Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek	35
3.4.5	Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek	36
3.4.6	Uji Validitas Variabel Ketersukaan Merek	36
3.4.7	Uji Validitas Variabel Kinerja Perusahaan	37
3.5	Metode Analisis Data	38
3.5.1	Uji Asumsi Klasik	38

3.5.2	Uji Multikolinearitas.....	39
3.5.3	Uji Goodness of Fit.....	39
3.5.4	Pengujian Hipotesis	39
3.5.5	Uji t.....	40
3.5.6	Uji F.....	40
3.5.7	Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
3.5.8	Uji Moderasi dengan Moderated Regression Analysis (MRA).....	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Deskripsi Data.....	42
4.2	Data Responden	42
4.3	Analisis Deskriptif	46
4.4	Hasil Uji Goodness of Fit	48
4.4.1	Koefisien Determinasi Regresi Linier Berganda	48
4.4.2	Uji F.....	48
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	49
4.5.1	Uji Multikolinearitas.....	49
4.6	Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Moderasi	50
4.6.1	Ketersukaan Merek secara positif memoderasi pengaruh Kesadaran Merek pada Kinerja Perusahaan	51
4.6.2	Ketersukaan Merek secara positif memoderasi pengaruh Asosiasi Merek pada Kinerja Perusahaan.....	51
4.6.3	Ketersukaan Merek secara positif memoderasi pengaruh Persepsi Kualitas pada Kinerja Perusahaan	52
4.6.4	Ketersukaan Merek secara positif memoderasi pengaruh Relevansi Merek pada Kinerja Perusahaan.....	52
4.6.5	Ketersukaan Merek secara positif memoderasi pengaruh Loyalitas Merek pada Kinerja Perusahaan.....	53
4.6.6	Pengaruh Ketersukaan Merek dalam memoderasi hubungan Ekuitas Merek dan Kinerja Perusahaan.....	53
4.7	Pembahasan	54
4.7.1	Ketersukaan Merek secara positif memoderasi pengaruh Kesadaran Merek pada Kinerja Perusahaan	55
4.7.2	Ketersukaan Merek secara positif memoderasi pengaruh Asosiasi Merek pada Kinerja Perusahaan.....	56

Kinerja Perusahaan	57
4.7.4 Ketersukaan Merek secara positif memoderasi pengaruh Relevansi Merek pada Kinerja Perusahaan.....	58
4.7.5 Ketersukaan Merek secara positif memoderasi pengaruh Loyalitas Merek pada Kinerja Perusahaan.....	60
4.7.6 Pengaruh Ketersukaan Merek dalam memoderasi Ekuitas Merek dengan Kinerja Perusahaan.....	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Simpulan.....	62
5.2 Implikasi Praktis	62
5.3 Keterbatasan Penelitian	63
5.4 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	69

Tabel 1.1 Daftar perusahaan pada pasar HORECA.....	2
Tabel 1.2 Pertanyaan pra survei	4
Tabel 2.1 Kajian penelitian terdahulu	19
Tabel 2.1 Lanjutan.....	20
Tabel 2.1 Lanjutan.....	21
Tabel 3.1 Definisi operasional variabel dan pengukuran.....	29
Tabel 3.2 Uji KMO variabel asosiasi merek.....	34
Tabel 3.3 Uji KMO variabel persepsi kualitas	34
Tabel 3.4 Uji KMO variabel relevansi merek	35
Tabel 3.5 Uji KMO variabel loyalitas merek.....	35
Tabel 3.6 Uji KMO variabel kesadaran merek.....	36
Tabel 3.7 Uji KMO variabel ketersukaan merek.....	36
Tabel 3.8 Uji KMO variabel kinerja perusahaan	37
Tabel 3.9 Hasil uji reliabilitas.....	37
Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin	42
Tabel 4.2 Responden berdasarkan usia	43
Tabel 4.3 Responden berdasarkan pendidikan terakhir	43
Tabel 4.4 Responden berdasarkan pekerjaan	44
Tabel 4.5 Responden berdasarkan pendapatan	45
Tabel 4.6 Responden berdasarkan domisili.....	45
Tabel 4.7 Hasil analisis deskriptif	47
Tabel 4.8 Hasil koefisien determinasi (R ²).....	48
Tabel 4.9 Hasil pengujian F independen terhadap dependen.....	49
Tabel 4.9.1 Hasil uji multikolinearitas	49
Tabel 4.9.2 Hasil uji hipotesis.....	50
Tabel 4.9.3 Rangkuman hasil pengujian hipotesis.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Domisili responden pra survei	5
Gambar 1.2 Pertanyaan pertama pra survei	5
Gambar 1.3 Pertanyaan kedua pra survei	6
Gambar 1.4 Pertanyaan ketiga pra survei	6
Gambar 1.5 Pertanyaan keempat pra survei.....	7
Gambar 1.6 Pertanyaan kelima pra survei	7
Gambar 1.7 Pertanyaan keenam pra survei.....	8
Gambar 2.1 Kerangka penelitian	26