

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan .....	iii
Halaman Motto .....	iv
Prakata .....	v
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
Intisari .....	xiv
Abstract .....	xv
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Keaslian Penelitian .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	6

<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Pengertian Merek .....	8
2.2 Ekuitas Merek .....	10
2.2.1 Pengertian Ekuitas Merek .....	10
2.2.2 Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	13
2.2.3 Asosiasi Merek ( <i>Brand Association</i> ).....	15
2.3 Perluasan Merek .....	19
2.3.1 Pilihan Bentuk Perluasan Merek .....	20
2.3.1 Dampak Perluasan Merek .....	24
2.4 Dimensi Fungsi .....	26
2.4.1 Fungsi Garansi .....	27
2.4.2 Fungsi Identifikasi Personal .....	27
2.4.3 Fungsi Identifikasi Sosial .....	28
2.4.4 Fungsi Status .....	28
2.5 Konsep Hedonik dan Utilitarian .....	29
2.6 Hipotesis .....	32
<b>BAB. III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	34
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Batasan Penelitian .....	34
3.3 Metode Pengambilan Sampel .....	34
3.4 Variabel Penelitian .....	36

3.5 Pengukuran Variabel Penelitian .....	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.6.1 Uji Instrumen .....	40
3.6.2 Uji Validitas .....	40
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	41
3.7 Teknik Statistik .....	44
3.7.1 Analisis Cluster .....	45
3.7.2 Uji Diskriminan .....	45
<b>BAB. IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	49
4.2 Analisis Cluster .....	50
4.2.1 Analisis Cluster Dengan Metoda Hierarki .....	50
4.2.2 Analisis Cluster Dengan Metode Non Hierarki .....	52
4.3 Analisis Diskriminan .....	53
4.3.1 Profilisasi Segmen .....	56
4.4 Analisis Hipotesis .....	68
<b>BAB. V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
5.1 Kesimpulan .....	75
5.2 Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Hasil Uji Beda Merek Hedonik (T-Test) .....	38
Tabel 3.2 Hasil Uji Beda Merek Utilitarian .....	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 3.4 Hasil Uji Ulang Reliabilitas .....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia .....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan .....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan .....	50
Tabel 4.5 Pembentukan Segmen Untuk Merek Adidas .....	51
Tabel 4.6 Pembentukan Segmen Untuk Merek Casio .....	52
Tabel 4.7 Number of Cases in each Cluster .....	52
Tabel 4.8 Hasil Interpretasi Perilaku Segmen Merek Adidas .....	54
Tabel 4.9 Segmentasi Atribut Dominan Adidas .....	55
Tabel 4.10 Hasil Interpretasi Perilaku Segmen Merek Casio .....	55
Tabel 4.11 Segmentasi Atribut Dominan Casio .....	56
Tabel 4.12 Profil Segmen Berdasarkan Jenis Kelamin Untuk Merek Adidas .....	57
Tabel 4.13 Profil Segmen Berdasarkan Jenis Kelamin Untuk Merek Casio .....	57
Tabel 4.14 Profil Segmen Berdasarkan Usia Untuk Merek Adidas .....	58
Tabel 4.15 Profil Segmen Berdasarkan Usia Untuk Merek Casio .....	58

Tabel 4.16 Profil Segmen Berdasarkan Pekerjaan Untuk Merek Adidas .....	59
Tabel 4.17 Profil Segmen Berdasarkan Pekerjaan Untuk Merek Casio .....	60
Tabel 4.18 Profil Segmen Berdasarkan Penghasilan Untuk Merek Adidas .....	60
Tabel 4.19 Profil Segmen Berdasarkan Penghasilan Untuk Merek Casio .....	61
Tabel 4.20 Profil Segmen Berdasarkan Respon Konsumen Atas Perluasan Merek 1 Pada Adidas .....	61
Tabel 4.21 Profil Segmen Berdasarkan Respon Konsumen Atas Perluasan Merek 2 Pada Adidas .....	62
Tabel 4.22 Profil Segmen Berdasarkan Respon Konsumen Atas Perluasan Merek 3 Pada Adidas .....	63
Tabel 4.23 Profil Segmen Berdasarkan Respon Konsumen Atas Perluasan Merek 1 Pada Casio .....	64
Tabel 4.24 Profil Segmen Berdasarkan Respon Konsumen Atas Perluasan Merek 2 Pada Casio .....	65
Tabel 4.25 Profil Segmen Berdasarkan Respon Konsumen Atas Perluasan Merek 3 Pada Casio .....	66
Tabel 4.26 Chi Square Test Merek Adidas .....	67
Tabel 4.27 Chi Square Test Merek Casio .....	67
Tabel 4.28 Discriminant Classification Statistics .....	69

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Piramida Kesadaran Merek .....	13

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Butir-butir Pertanyaan Perbandingan Merek .....	82
2. Paired Samples T-Test .....	84
3. Kuesioner Pra-Survey .....	86
4. Hasil Uji Olah Data Merek Adidas .....	92
5. Hasil Uji Olah Data Merek Casio .....	98
6. Lampiran Kuesioner .....	104
7. Hasil Olah Data Analisis Cluster .....	109
8. Hasil Olah Data Analisis Diskriminan .....	111