

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
NASKAH SOAL TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR NOTASI DAN SINGKATAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Asumsi dan Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
BAB III LANDASAN TEORI	8
3.1. Merek	8
3.2. Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	8
3.2.1 Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)	9
3.2.2 <i>Perceived Quality</i>	9

3.2.3	Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	10
3.3.	Sensitivitas Harga	11
3.4.	Metode Non Parametrik	12
3.5.	Uji Validitas dan Reliabilitas	12
3.6.	Metode Pengolahan Dan Analisis Data	15
3.5.1	Uji Cochran	16
3.5.2	Uji Mann Whitney U	16
3.5.3	<i>Semantic Differential</i>	17
3.5.4	Piramida Loyalitas	18
3.7.	<i>Statistical Power</i>	19
BAB IV	METODE PENELITIAN	21
4.1.	Objek penelitian	21
4.2.	Alat yang digunakan	21
4.3.	Tahapan Penelitian	21
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	28
5.1.	Analisis Karakteristik Responden	28
5.2.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	31
5.3.	Analisis <i>Brand Associatin</i>	33
5.4.	Analisis <i>Perceived Quality</i>	35
5.5.	Analisis <i>Brand Loyalty</i>	40
5.6.	Sensitivitas Harga	43
5.7.	<i>Statistical Power</i>	45
BAB VI	PENUTUP	47
6.1.	Kesimpulan	47
6.2.	Saran	47
DAFTAR PUSTAKA		49
LAMPIRAN		51