



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
INTISARI.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Lingkup Penelitian.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Pengertian Pemasaran dan Bauran Pemasaran.....	8
2.2. Pengertian Produk.....	9
2.3. Pengertian Merek.....	10

2.3.1. Pengertian Ekuitas Merek.....	11
2.3.2. Loyalitas Merek.....	14
2.3.3. Kesadaran Merek.....	17
2.3.4. Asosiasi Merek.....	19
2.3.5. Kualitas yang Dipersepsikan.....	20
2.3.6. Pengukuran Ekuitas Merek.....	20
2.4. Pengertian Ekuitas Konsumen.....	22
2.4.1. Model Ekuitas Konsumen.....	26
2.4.2. Metode Pengukuran Ekuitas Konsumen.....	30
2.4.3. Perbedaan Ekuitas Merek dengan Ekuitas Konsumen...	34

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Riset.....	37
3.2. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data.....	39
3.3. Populasi dan Sampel.....	41
3.3.1. Penetapan Populasi.....	41
3.3.2. Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	41
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Instrumen Penelitian...	43
3.4.1. Variabel Penelitian.....	43
3.4.2. Jenis Skala.....	46
3.4.3. Struktur Instrumen.....	48
3.4.3.1. Pengujian Instrumen Penelitian Sample Kecil..	49
3.4.4. Pengujian Validitas Instrumen Penelitian.....	50

3.4.5. Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	54
3.4.6. Pengujian Uji Kecocokan Model Analisis Faktor Konfirmatori.....	55
3.5. Metode Penyampelan.....	57
3.6. Metode Analisis Data.....	58
3.6.1. Analisis Faktor.....	58
3.7. Uji Statistik Deskriptif.....	60
3.8. Uji Hipotesis.....	60

#### BAB IV ANALISA HASIL PENELITIAN

4.1. Sekilas Produk pakaian Renang Speedo.....	61
4.2. Profil Demografi.....	64
4.3. Tanggapan responden atas pakaian renang merek Speedo.....	68
4.4. Pangsa Pasar dan Probabilitas Transisi.....	70
4.5. Ukuran dan Frekuensi Pembelian.....	72
4.6. Analisis Faktor Konfirmatori.....	77
4.7. Uji Reliabilitas.....	83
4.8. Uji Statistik Deskriptif.....	85
4.9. Analisa Perhitungan Ekuitas konsumen pakaian renang Speedo.....	88
4.9.1. Uji Hipotesis.....	94
4.9.1.1. Uji F-Test.....	95
4.9.1.2. Uji Parsial T-test.....	96



4.9.1.3. Koefisien Determinasi.....	100
4.9.2. Interpretasi Hasil Uji Penelitian.....	101
4.9.3. Diskusi Hasil Uji Penelitian.....	101
4.9.3.1. Analisis Pengaruh Ekuitas Nilai pada Ekuitas Konsumen	102
4.9.3.2. Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Ekuitas Konsumen	102
4.9.3.3. Analisis Pengaruh Ekuitas Retensi pada Ekuitas Konsumen	102
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan.....	103
5.2. Saran.....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>107</b>

## DAFTAR TABEL

3.1. Bobot Pilihan Jawaban Sangat Setuju – Sangat Tidak Setuju.....	47
3.2. Bobot Pilihan Jawaban Sangat Tinggi – Sangat rendah.....	47
3.3. Bobot Pilihan Jawaban Sangat Kompetitif – Sangat Tidak Kompetitif.....	47
3.4. Bobot Pilihan Jawaban Sangat Bersaing– Sangat Tidak Bersaing.....	47
3.5. Bobot Pilihan Jawaban Lebih Rendah – Lebih Tinggi.....	48
3.6. Hasil Uji Validitas.....	54
3.7. Hasil Uji Reliabilitas. Seluruh Variabel.....	54
3.8. Hasil Uji Keandalan untuk Ekuitas Nilai.....	54
3.9. Hasil Uji Keandalan untuk Ekuitas Merek.....	55
3.10. Hasil Uji Keandalan untuk Ekuitas Retensi.....	55
3.11. Hasil Uji Kecocokan Model Sampel Kecil.....	56
4.1. Hasil Uji Validitas.....	78
4.2. Hasil Uji Validitas Kedua.....	79
4.3. Hasil Uji Kecocokan Model.....	81
4.4. Hasil Pengukuran Pertama Order Faktor.....	82
4.5. Hasil Pengukuran Kedua Order Faktor.....	83
4.6. Hasil Uji KeandalanTiap Konstruks.....	84
4.7. Hasil Uji Keandalan Seluruh Konstruks.....	84
4.8. Uji Statistik Deskriptif Konstruk Ekuitas Nilai.....	85
4.9. Uji Statistik Deskriptif Konstruk Ekuitas Merek.....	86



4.10. Uji Statistik Deskriptif Konstruk Ekuitas Retensi.....	87
4.11. Uji Statistik Deskriptif Konstruk Ekuitas Nilai, Ekuitas Merek, dan Ekuitas Retensi.....	88
4.12. Hasil Survei Untuk <i>Customer Swithching Matrix</i> .....	91
4.13. Ekuitas Konsumen per Individu Konsumen Pakaian Renang Speedo.....	92
4.14. Tingkat Kepentingan Masing-masing Ekuitas pada Ekuitas Konsumen..	94
4.15. Uji F-Test .....	95
4.16. Coefficient T-test.....	96
4.17. Uji F-test dimensi Ekuitas Konsumen.....	98
4.18. Coefficient T-test Ekuitas Merek.....	99
4.19. Model Summary R Square.....	100

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Komponen Produk menurut Kotler & Keller.....	9
2.2. Ekuitas Merek menurut Aaker.....	12
2.3. Piramida Loyalitas.....	15
2.4. Piramida Kesadaran Merek menurut Aaker.....	18
2.5. Model Ekuitas Konsumen.....	27
2.6. Model Hubungan Antara Ekuitas Merek dengan Ekuitas Konsumen.....	29
2.7. Matriks Perpindahan Konsumen.....	33
2.8. Perbedaan Ekuitas Merek dengan Ekuitas Konsumen.....	35
4.1. Tingkat Usia Responden.....	65
4.2. Pendidikan Terakhir Responden.....	65
4.3. Pekerjaan Responden Saat ini.....	66
4.4. Rata-rata pengeluaran rutin per bulan.....	67
4.5. Wilayah Tempat Tinggal Responden Saat ini.....	68
4.6. Faktor – Faktor yang Memenuhi Harapan Konsumen.....	69
4.7. Faktor – Faktor yang Belum Memenuhi Harapan Konsumen.....	70
4.8. Pangsa Pasar Pakaian Renang dari Seluruh Responden.....	71
4.9. Merek Pakaian Renang yang paling Sering Dibeli dan Digunakan	72
4.10. Budget Responden untuk Pakaian Renang .....	73
4.11. Pengeluaran Responden Per Bulan untuk Olah Raga.....	74
4.12. Frekuensi Pembelian Pakaian Renang Responden.....	75
4.13. Konsep Toko Responden membeli Pakaian Renang Speedo.....	76
4.14. Frekuensi Responden memakai Pakaian Renang Speedo.....	77

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	Diagram Path Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Pre- Test
Lampiran 3	Hasil Uji Kecocokan Model dengan Analisis Faktor Konfirmatori Pre Test
Lampiran 4	Hasil Uji Seluruh Konstruk Pre Test
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas Pre Test
Lampiran 6	Diagram Path Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Sampel Besar
Lampiran 7	Hasil Uji Kecocokan Model dengan Analisis Faktor Konfirmatori Sampel Besar
Lampiran 8	Hasil Uji Reliabilitas Tiap Konstruk dengan SPSS
Lampiran 9	Hasil Statistik Deskriptif dengan SPSS
Lampiran 10	Hasil Perhitungan Ekuitas Konsumen Seluruh Responden
Lampiran 11	Hasil Uji Hipotesis F -Test dan T-Test Variabel Bebas dan Variabel Terikat dengan SPSS
Lampiran 12	Hasil Uji F-Test dan T-Test Hipotesis Kedua