

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4. Tujuan Penelitian .....	7
1.5. Batasan Penelitian .....	7
1.6. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1. Pengertian Telepon Pintar .....	10
2.2. Bauran Pemasaran .....	10
2.2.1. Tingkat Harga .....	11
2.2.2. Intensitas Distribusi .....	13
2.2.3. Belanja Iklan .....	14
2.3. Merek .....	15
2.4. Ekuitas Merek .....	16
2.4.1. Persepsi Kualitas .....	19
2.4.2. Loyalitas Merek .....	19

2.4.3. Kesadaran/Asosiasi Merek .....	21
2.5. Model Penelitian .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1. Metode Pengambilan Sampel .....	24
3.2. Metode Pengumpulan Data .....	26
3.3. Pengujian Instrumen Penelitian .....	26
3.3.1. Uji Validitas .....	29
3.3.2. Uji Reliabilitas .....	29
3.4. Uji Asumsi Klasik .....	30
3.4.1. Uji Normalitas .....	31
3.4.2. Uji Multikolinearitas .....	31
3.5. Statistik Deskriptif .....	33
3.6. Uji Regresi Linear .....	33
3.6.1. Uji Koefisien Determinasi .....	34
3.6.2. Uji F Statistik .....	35
3.6.3. Uji t Statistik .....	36
<b>BAB IV ANALISIS DATA .....</b>	<b>38</b>
4.1. Deskripsi Responden .....	38
4.2. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	41
4.2.1. Hasil Uji Validitas .....	41
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	42
4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	43
4.3.1. Hasil Uji Normalitas .....	43
4.3.2. Hasil Uji Multikolinearitas .....	44
4.4. Hasil Statistik Deskriptif .....	45
4.5. Hasil Uji Regresi Linear .....	48
4.5.1. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	49
4.5.2. Hasil Uji F Statistik .....	50
4.5.3. Hasil Uji t Statistik .....	51
4.6. Pembahasan Hipotesis .....	53
4.6.1. Pengaruh Harga terhadap Persepsi Kualitas .....	53

4.6.2. Pengaruh Intensitas Distribusi terhadap Persepsi Kualitas .....	54
4.6.3. Pengaruh Biaya Iklan terhadap Persepsi Kualitas .....	54
4.6.4. Pengaruh Intensitas Distribusi terhadap Loyalitas Merek .....	55
4.6.5. Pengaruh Biaya Iklan terhadap Loyalitas Merek .....	56
4.6.6. Pengaruh Intensitas Distribusi terhadap Kesadaran/Asosiasi Merek	56
4.6.7. Pengaruh Biaya Iklan terhadap Kesadaran/Asosiasi Merek .....	57
4.6.8. Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Ekuitas Merek .....	57
4.6.9. Pengaruh Loyalitas Merek terhadap Ekuitas Merek .....	58
4.6.10. Pengaruh Kesadaran/Asosiasi Merek terhadap Ekuitas Merek .....	58
4.7. Hasil Model Penelitian .....	59
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
5.1. Kesimpulan .....	60
5.2. Implikasi Manajerial .....	62
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	63
5.4. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>68</b>