

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.6 Lingkup Penelitian	16
1.7 Sistematika Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Pemasaran.....	18
2.2 Merek	19
2.2.1 Pengertian Merek	19
2.2.2 Fungsi Merek.....	21
2.2.3 Kriteria Pemilihan Elemen Merek.....	22
2.2.4 Tujuan Pemberian Merek	23
2.3 Logo Merek.....	23
2.4 Kepribadian Merek.....	26
2.4.1 Dimensi Kepribadian Merek	27
2.5 Keakraban Merek	28

2.6 Citra Merek	30
2.7 Perumusan Hipotesis	32
2.7.1 Hubungan Logo Merek dengan Kepribadian Merek.....	32
2.7.2 Hubungan Kepribadian Merek dengan Citra Merek	38
2.7.3 Hubungan Logo merek dengan keakraban merek.....	41
2.7.4 Hubungan Keakraban merek dengan Citra Merek	43
2.7.5 Hubungan Logo Merek dengan Citra Merek	44
2.7.6 Peran mediasi Kepribadian Merek	45
2.7.7 Peran Mediasi Keakraban Merek	50
2.8 Model Penelitian	51
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Desain Penelitian.....	52
3.2 Metoda Pengumpulan Data	52
3.2.1 Metode Pengambilan Sampel.....	53
3.2.2 Populasi	54
3.2.3 Sampel.....	54
3.3 Instrumen Penelitian.....	55
3.3.1 Definisi Operasional Variabel.....	55
3.3.2 Metoda Pengukuran.....	57
3.3.3 Pengujian Instrumen.....	58
3.4 Metoda Analisis Data	61
3.5 Evaluasi Model Penelitian.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Deskripsi Data	66
4.2 Data Responden.....	66
4.3 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	68
4.3.1 Uji Validitas Konvergen.....	68
4.3.2 Uji Validitas Diskriminan	71
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	72
4.3.4 Analisis Deskriptif.....	73
4.4 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	83

4.5 Pengujian Hipotesis.....	85
4.5.1 Hipotesis Pertama (H1)	87
4.5.2 Hipotesis Kedua (H2).....	90
4.5.3 Hipotesis Ketiga (H3).....	93
4.5.4 Hipotesis Keempat (H4).....	94
4.5.5 Hipotesis Kelima (H5)	95
4.5.6 Hipotesis Keenam (H6).....	95
4.5.7 Hipotesis Ketujuh (H7)	100
4.6 Diskusi dan Pembahasan	103
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Simpulan.....	109
5.2 Implikasi Manajerial	110
5.3 Keterbatasan	113
5.4 Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	124