

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACT .....	xv
BAB 1     PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan .....	5
1.5. Manfaat Penelitian .....	5
BAB 2     TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1. Bakpia dan Bakpia Pathuk .....	6
2.2. Bakpia Premium.....	7

2.3. Merek ( <i>Brand</i> ).....	8
2.4. <i>Consumer-Based Brand Equity</i> .....	8
2.5. Ekuitas Merek ( <i>Brand Equity</i> ) .....	10
2.5.1. Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	11
2.5.2. Asosiasi Merek ( <i>Brand Association</i> ) .....	14
2.5.3. Persepsi Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> ) .....	14
2.5.4. Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ).....	15
2.6. Kerangka Penelitian .....	16
2.7. Metode Pengujian Kuesioner .....	16
2.8. <i>Structured Equation Modeling</i> (SEM).....	17
BAB 3    METODE PENELITIAN.....	21
3.1    Tempat dan Waktu Penelitian .....	21
3.2    Ruang Lingkup dan Tahapan Penelitian .....	21
3.2.1    Ruang Lingkup Penelitian.....	21
3.2.2    Tahapan Penelitian .....	26
3.3    Jenis dan Cara Pengumpulan Data.....	32
3.4    Definisi Variabel Operasional.....	33
3.5    Teknik Pengambilan Sampel.....	37

3.6 Metode Pengujian Kuesioner .....	38
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	41
3.7.2 Analisis Kuantitatif .....	41
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Analisis Deskriptif .....	48
4.1.1 Profil Industri .....	48
4.1.2 Karakteristik Responden .....	52
4.1.3 Statistik Deskriptif .....	60
4.2 Analisis Kuantitatif .....	63
4.2.1 Uji Asumsi .....	63
4.2.2. Evaluasi Model SEM.....	65
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN.....	87