

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Rumusan masalah	8
1.3. Pertanyaan penelitian	8
1.4. Tujuan penelitian	8
1.5. Lingkup penelitian	9
1.6. Manfaat penelitian	9
1.7. Struktur Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Ekuitas merek	11
2.2. Customer-based brand equity	14
2.1.1 Kesadaran merek	16
2.1.2 Persepsi kualitas	18
2.1.3 Kesetiaan merek	19
2.1.4 Citra merek	19
2.1.5 Asosiasi merek	20
2.1.6 Asosiasi organisatoris	22
2.3. Merek di industri jasa perbankan	24
2.4. Perbankan konvensional dan perbankan syariah	26
2.5. Pengembangan hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Strategi penelitian	31
3.2 Definisi operasional dan pengukuran	31

3.2.1	Kesadaran merek.....	31
3.2.2	Persepsi kualitas.....	32
3.2.3	Citra merek.....	32
3.2.4	Asosiasi merek.....	33
3.2.5	Asosiasi organisatoris.....	33
3.2.6	Kesetiaan Merek.....	34
3.2.7	Consumer-based brand equity (CBBE).....	35
3.3	Jenis dan sumber data.....	35
3.4	Desain pengambilan sampel.....	35
3.4.1	Metode pengambilan sampel.....	35
3.4.2	Unit sampel.....	36
3.4.3	Ukuran sampel.....	36
3.5	Metode pengumpulan data.....	37
3.6	Instrumen penelitian.....	37
3.7	Pengujian instrumen.....	37
3.7.1	Uji Validitas.....	37
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	39
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1	Profil responden.....	40
4.2	Uji validitas dan reliabilitas.....	45
4.2.1	Uji validitas.....	45
4.2.2	Uji reliabilitas.....	46
4.3	Statistik deskriptif.....	46
4.4	Uji hipotesis.....	49
4.5	Pembahasan.....	51
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1	Kesimpulan.....	55
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	57
5.3	Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN 1	Kuesioner Penelitian.....	61
LAMPIRAN 2	Data Primer.....	65
LAMPIRAN 3	Profil Responden.....	73
LAMPIRAN 4	Output SPSS Uji Instrumen.....	74



Customer-Based Brand Equity Pada Industri Perbankan Perbandingan antara Bank Konvensional dengan

Bank Syariah di kota Yogyakarta

GHO FAR ISMAIL, Yulia Arisnani Widyaningsih, M.B.A., Ph.D.

Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

LAMPIRAN 5 Output SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar	75
LAMPIRAN 6 Output SPSS Penghitungan Chi-Square	76
LAMPIRAN 7 Output SPSS Uji Hipotesis	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Bank Syariah dengan Bank Konvensional (Antonio, 2003)	27
Tabel 2.2 Dimensi Faktor Penentu Perilaku Konsumen Perbankan	28
Tabel 4.1 Merek yang Paling Diingat Responden Pertama Kali (<i>Top of Mind</i>) ...	47
Tabel 4.2 Perbandingan Rata-rata per Variabel	48
Tabel 4.3 Perbandingan Kesadaran Merek	49
Tabel 4.4 Signifikansi Selisih Rata-rata.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual CBBE.....	15
Gambar 2.2 Piramida Kesadaran Merek	17
Gambar 2.3 Model Asosiasi Merek	23
Gambar 4.1 Persebaran Jenis Kelamin Responden	40
Gambar 4.2 Persebaran Usia Responden	42
Gambar 4.3 Persebaran Pendidikan Responden	43
Gambar 4.4 Persebaran Pekerjaan Responden	44