

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
INTISARI ix	
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penulisan	8
1.4 Manfaat penelitian	8
1.5 Kerangka Penulisan	9
BAB II GAMBARAN UMUM	11
2.1 Kondisi Umum Perusahaan	11
2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	11
2.1.2 Nilai Aqua <i>Group</i>	13
2.2 Tinjauan Pustaka	15
2.2.1 Brand.....	15
2.2.2 <i>Branding</i> Berkarakter	18
2.2.3 <i>Brand Experience</i>	20
2.2.4 Kepuasan Konsumen	21
2.2.5 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Metodologi	25
2.3.1 Variabel Penelitian.....	25
2.3.2. Objek Penelitian.....	25
2.3.3. Lokasi dan waktu penelitian	26
2.3.4. Definisi Operasional Variabel	26
2.3.5. Jenis dan Sumber Data.....	29

2.3.6. Populasi dan Sampel.....	31
2.3.7. Metode Pengumpulan Data.....	31
2.3.8. Analisis Data Kualitatif	32
2.3.9. Analisis Data Kuantitatif	34
2.3.10. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	37
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
3.1 Analisis Data	38
3.1.1 Analisis Data Responden	38
3.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
3.1.3 Analisis Regresi Sederhana	45
3.1.4 Analisis Model Regresi Linier Sederhana	48
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
4.1 Kesimpulan.....	54
4.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Manfaat Merek bagi Konsumen	17
Tabel 3.1. Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 3.2. Prodi Responden.....	40
Tabel 3.3. Tahun Angkatan	41
Tabel 3.4. Hasil uji Validitas Variabel <i>Brand Experience</i>	43
Tabel 3.5. Hasil uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Experience</i> dan Kepuasan Konsumen	43
Tabel 3.6. Hasil uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	44
Tabel 3.7. Hasil uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Experience</i> dan Kepuasan Konsumen.....	45
Tabel 3.8. Tabel Uji Normalitas.....	46
Tabel 3.9. Persamaan Regresi Variabel <i>Brand Experience</i> terhadap Kepuasan Konsumen	48
Tabel 3.10. Tabel ANOVA Uji Kelayakan Model Regresi.....	49
Tabel 3.11. Persamaan Regresi Variabel <i>Brand Experience</i> terhadap Kepuasan Konsumen	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Bagan kerangka pemikiran penelitian.....	10
Gambar 3.1 .Histogram Uji Normalitas	46