

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1 Hotel</b> .....	<b>9</b>
<b>2.2 Brand Signature</b> .....	<b>15</b>
<b>2.3 Brand Awareness</b> .....	<b>18</b>
<b>2.4 Brand Attitude</b> .....	<b>20</b>
<b>2.5 Brand Reputation</b> .....	<b>22</b>
<b>2.6. Brand Performance</b> .....	<b>23</b>
<b>2.7. Pengembangan Hipotesis</b> .....	<b>25</b>
<b>2.8. Kerangka Pikir</b> .....	<b>36</b>
<b>2.9. Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>36</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>39</b>
<b>3.1 Paradigma Penelitian</b> .....	<b>39</b>
<b>3.2 Penelitian Kuantitatif</b> .....	<b>40</b>
<b>3.3 Desain Penelitian</b> .....	<b>42</b>

<b>3.4 Objek dan Subjek Penelitian.....</b>	<b>46</b>
<b>3.5. Unit Analisis.....</b>	<b>46</b>
<b>3.6. Pengukuran Variabel.....</b>	<b>47</b>
<b>3.7 Teknik Pembuatan Kuesioner .....</b>	<b>48</b>
<b>3.8 Skala Pengukuran .....</b>	<b>54</b>
<b>3.9. Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>58</b>
<b>3.10.1 Etika dalam Pengumpulan Data.....</b>	<b>61</b>
<b>3.11 Metode Analisis Data .....</b>	<b>62</b>
<b>Langkah 4: Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>.....</b>	<b>75</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>77</b>
<b>4.1. Profil responden .....</b>	<b>77</b>
<b>4.2. Hasil Penelitian.....</b>	<b>91</b>
<b>4.3. Pengujian Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>96</b>
<b>4.4. Pembahasan .....</b>	<b>105</b>
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>111</b>
<b>5.1. Kesimpulan .....</b>	<b>111</b>
<b>5.2. Implikasi Teoritis .....</b>	<b>112</b>
<b>5.3. Implikasi Manajerial .....</b>	<b>113</b>
<b>5.4. Batasan Penelitian.....</b>	<b>114</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>116</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Hotel di Yogyakarta .....	2
Tabel 3.1. Definisi Konseptual dan Operasional .....	48
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	69
Tabel 4.2 Usia Responden.....	70
Tabel 4.3 .Pendidikan Responden.....	70
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden .....	71
Tabel 4.6 Deskriptif Statistik Variabel <i>Brand Signature</i> .....	73
Tabel 4.7 Deskriptif Statistik Variabel <i>Brand Attitude</i> .....	74
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	75
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Reputation</i> .....	78
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Performance</i> .....	80
Tabel 4.11 Goodness of Fit Indeks untuk Full Model.....	82
Tabel 4.13. Uji Validitas Variabel <i>Brand Signature</i> .....	86
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel <i>Brand Attitude</i> .....	88
Tabel 4.15 Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	89
Tabel 4.16 Uji Validitas Variabel <i>Brand Reputation</i> .....	90
Tabel 4.17 Uji Validitas Variabel <i>Brand Performance</i> .....	91
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas .....	93
Tabel 4.19. Estimasi Parameter <i>Regression Weights</i> .....	94
Tabel 5.1. Implikasi Manajerial .....	106

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1. Analisis SEM Full Model.....	83
--	----