

DAFTAR ISI

Contents

HALAMAN JUDUL.....	i
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Alasan Pemilihan Perusahaan.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis.....	11
1.6 Kerangka Sistematis Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 <i>Brand Association</i>	14
2.2 <i>Brand Loyalty</i>	15
2.3 <i>Brand Awareness</i>	16
2.4 <i>Brand Image</i>	16
2.5 Brand Equity.....	17
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	18
2.6.1 Brand Association memiliki pengaruh positif pada brand loyalty.....	18
2.6.2 Brand Awareness memiliki pengaruh positif pada Brand Loyalty.....	19
2.6.3 Brand Image memiliki pengaruh positif pada Brand Loyalty.....	20
2.6.4 Brand Association memiliki pengaruh positif pada Brand Equity.....	21
2.6.5 Brand Image memiliki pengaruh positif pada Brand Equity.....	21
2.6.6 Brand Loyalty memiliki pengaruh positif pada Brand Equity.....	22
2.6.7 Brand Awareness memiliki pengaruh positif pada Brand Equity.....	Error! Bookmark not defined.
2.7 Model Penelitian.....	23

BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Penelitian Kuantitatif.....	27
3.3 Desain Penelitian.....	28
3.4 Objek Penelitian	29
3.5 Subjek Penelitian.....	30
3.6 Unit Analysis.....	31
3.7 Pengukuran Variabel	31
3.8 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	32
3.9 Skala Pengukuran.....	35
3.10 Metode Pengumpulan Data	36
3.11 Etika Pengumpulan Data.....	37
3.12 Desain Sampel.....	37
3.13 Ukuran Sampel.....	38
3.14 Metode Analisis Data	38
3.15 SEM AMOS 26.....	40
3.16 Uji Pretest.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Profile Responden	46
4.2 Hasil Uji Aktual	56
4.2.1 Statistik Inferensial	58
4.2.2 Uji Validitas dan Realibilitas Aktual	59
4.2.2.1 Uji Validitas Konvergen.....	60
4.2.2.2 Uji Validitas Diskriminan.....	63
4.2.3 Uji Reabilitas.....	63
4.2.4 Pengujian Asumsi Klasik	64
4.2.5 Model Fit.....	68
4.2.6 Pengujian Hipotesis.....	70
4.3 Diskusi	71
4.4 Perbandingan Dengan Penelitian Yang Dilakukan Jurnal Sebelumnya	77
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	79
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Implikasi Teoritis	83
5.3 Implikasi Manajerial	83
5.4 Keterbatasan Penelitian	85

5.5 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya 86



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Validitas Pretest (Brand Association).....	51
Tabel 3.2 Validitas Pretest Brand Awareness.....	53
Tabel 3.3 Validitas Pretest (Brand Image).....	53
Tabel 4.1 Profile Responden Kategori Usia.....	47
Tabel 4.2 Profile Responden Kategori Pekerjaan.....	48
Tabel 4.3 Profile Responden Kategori Pendapatan.....	49
Tabel 4.4 Profile Responden Kategori Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif.....	57
Tabel 4.6 Uji Validitas Konvergen.....	61
Tabel 4.7 Uji Validitas Konvergen AVE - Aktual.....	62
Tabel 4.8 Uji Validitas Konvergen AVE-Aktual.....	63
Tabel 4.9 Uji Reabilitas-Aktual.....	64
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas.....	66
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi (R ²).....	68
Tabel 4.13 Model Fit.....	69
Tabel 4.14 Hasil Analisa Hipotesis.....	71
Tabel 4.15 Perbandingan Penelitian.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-rata Konsumsi Gula Pasir Penduduk Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Gambar Produk	4
Gambar 1.3 Ketua Umum Dharma Pertiwi, Hetty Andika Perkasa.....	6
Gambar 2.1 Penelitian Sebelumnya	24
Gambar 2.2 Model Konseptual yang diusulkan Peneliti.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3.1 Pearson Corelations (Sugiono 2016).....	51
Gambar 4.1 Model Struktural CFA.....	60
Gambar 4.2 Uji Normalitas	65
Gambar 4.3 Uji Heteroskedasitas.....	67
Gambar 4.4 Hasil Pengolahan Data AMOS 26 Dari 308 Responden.....	70