

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK INDONESIA	iv
ABSTRAK INGGRIS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Pendahuluan.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah	9
1.2.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	11
1.3.1 Maksud Penelitian	11
1.3.2 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.4.1 Kegunaan Penelitian Teoritis.....	11

1.4.2 Kegunaan Penelitian Praktis	12
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	12
1.5.1 Lokasi Penelitian	12
1.5.2 Waktu Penelitian.....	13
 BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	14
2.1.1 Perceived Quality	14
2.1.1.1 Pengertian Perceived Quality	14
2.1.1.2 Indikator Perceived Quality	16
2.1.2 Brand Loyalty	17
2.1.2.1 Pengertian Brand Loyalty	17
2.1.2.2 Indikator Brand Loyalty.....	18
2.1.3 Brand Equity	19
2.1.3.1 Pengertian Brand Equity	19
2.1.3.2 Indikator Brand Equity	20
2.1.3.3 Dimensi Brand Equity.....	21
2.1.4 Penelitain Terdahulu.....	22
2.2 Kerangka Pemikiran	24
2.2.1 Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Equity	25
2.2.2 Pengaruh Brand Loyalty Terhadap Brand Equity.....	25
2.2.3 Pengaruh Perceived Quality dan Brand Loyalty Terhadap Brand Equity	25

2.3 Hipotesis	27
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	28
3.2 Metodologi Penelitian	29
3.2.1 Desain Penelitian	30
3.2.2 Operasional Variabel	33
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data.....	36
3.2.3.1 Sumber Data.....	36
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data	38
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.2.4.1 Uji Validitas	41
3.2.4.2 Uji Reabilitas	45
3.2.4.3 Uji MSI	47
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	48
3.2.5.1 Rancangan Analisis.....	48
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif	48
3.2.5.1.1 Analisis Verifikatif	50
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis	57
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	
4.1 Gambaran Umum perusahaan	61
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	64
4.1.2 Struktur Organisasi	64
4.1.3 Deskripsi Jabatan.....	66

4.2 Karakteristik Responden.....	68
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
4.2.3 Karakteristik Responden Tingkat Pendidikan.....	70
4.2.5 Karakter Responden Tingkat Penghasilan.....	71
4.3 Analisis Deskriptif.....	72
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality</i>	73
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i>	77
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Equity</i>	85
4.4 Analisis Verifikatif.....	89
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	89
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	89
4.4.1.2 Uji Multikolinieritas.....	90
4.4.2.3 Uji Heterokedasitas.....	91
4.4.2 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	92
4.4.3 Analisis Korelasi.....	94
4.4.3.1 Analisis Korelasi Simultan.....	94
4.4.3.2 Analisis Korelasi Parsial.....	95
4.4.4 Koefisien Determinasi.....	96
4.5 Pengujian Hipotesis.....	98
4.5.1 Pengujian Hipotesis Parsial (uji t).....	99
4.5.2 Pengujian Hipotesis Simultan (uji F).....	102

BAB V Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penjualan Motor tahun 2016-2018	2
Tabel 1.2	Top Brand Sepeda Motor Bebek 2017-2018.....	5
Tabel 1.3	Penjualan motor type bebek jan-okt 2019.....	6
Tabel 1.4	Hasil Survey Awal Variabel Perceived Quality	7
Tabel 1.5	Hasil Survey Awal Variabel Brand Loyalty.....	8
Tabel 1.6	Hasil Survey awal Variabel Brand Equity	9
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1.	Desain Penelitian.....	32
Tabel 3.2.	Operasionalisasi Variabel	35
Tabel 3.3.	Skala Likert	41
Tabel 3.4	Intepretasi Nilai r	43
Tabel 3.5.	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	44
Tabel 3.6.	Standar Penilain Koefisien Validitas dan Reliabilitas.....	46
Tabel 3.7.	Hasil Pengujian Reabilitas Instrumen.....	46
Tabel 3.8	Kriteria Presentasi Tanggapan Responden	49
Tabel 3.9	Tingkat Keeratan Korelasi.....	56
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	70
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	71
Tabel 4.5	Kriteria Presentase Tanggapan Responden.....	72
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Nilai Fungsi	73

Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Nilai Experiental	74
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Nilai Simbolis	75
Tabel 4.9	Rekapitulasi Tanggapan Mengenai Perceived Quality	76
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Behaviour Measure	77
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Measuring Switch Cost	78
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Measuring Satisfaction	79
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Measuring Liking Brand.....	81
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Measuring Commitmen	83
Tabel 4.15	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Brand Loyalty ...	84
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Diferensiasi	85
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai Relevansi	86
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan.....	87
Tabel 4.19	Rekapitulasi Tanggapan Responden Menganai Brand Equity.....	88
Tabel 4.20	Hasil Uji Normalitas Data.....	90
Tabel 4.21	Hasil Uji Multikolinieritas	91
Tabel 4.22	Hasil Uji Heteroskedastisitas	92
Tabel 4.23	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	93
Tabel 4.24	Hasil Analisis Korelasi Simultan	94
Tabel 4.25	Hubungan Anantara Perceived Quality dengan Brand Equity.....	95
Tabel 4.26	Hubungan Antara Brand Loyalty dengan Brand Equity.....	96
Tabel 4.27	Koefisien Determinasi Simultan	97
Tabel 4.28	Koefisien Determinasi Parsial.....	98
Tabel 4.29	Pengujian Hipotesis Parsial X1	99

Tabel 4.30 Pengujian Hipotesis Parsial X2	101
Tabel 4.31 Pengujian Hipotesis Simultan	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Paradigma Penelitian	25
Gambar 3.1	Desai Penelitian	32
Gambar 3.2	Uji daerah penerimaan dan penolakan hipotesis	57
Gambar 3.3	Uji daerah penolakan dan penerimaan Hipotesis pada Uji F ...	59
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Honda Sinar Rejeki	65
Gambar 4.2	Garis Kontinum Brand Perceived Quality	77
Gambar 4.3	Garis Kontinum Brand Loyalty	85
Gambar 4.4	Garis Kontinum Brand Equity.....	88
Gambar 4.5	Uji Hipotesis Parsial X1	100
Gambar 4.6	Uji Hipotesisn Parsial X2	101
Gambar 4.7	Kurva Uji Hipotesis Simultan X1 dan X2 terhadap Y.....	103