

## DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	13
1.3. Rumusan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1 Manfaaar Praktis.....	16
1.5.2 Manfaat Akademis.....	16
1.6. Waktu Penelitian.....	16
1.7. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	19
2.1. Kajian Pustaka.....	19
2.1.1. Pemasaran.....	19
2.1.1.1. Definisi Pemasaran.....	20
2.1.1.2. Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.1.3. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	22
2.1.2. Merek ( <i>Brand</i> ).....	23
2.1.2.1 Definisi Merek ( <i>Brand</i> ).....	24
2.1.2.2. Strategi Pengembangan Merek.....	26
2.1.3. Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ).....	28
2.1.3.1. Definisi Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> )..	28
2.1.3.2. Indikator Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> )	30
2.1.3.3. Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	32
2.1.4. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	34
2.1.4.1. Definisi Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	35
2.1.4.2. Indikator Citra merek ( <i>Brand Image</i> ).....	36
2.1.4.2. Faktor Terbentuknya <i>Brand Image</i> .....	37
2.1.5. Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ).....	38
2.1.5.1. Definisi Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ).....	40
2.1.5.2. Indikator Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ).....	41

	2.1.5.3. Tingkatan Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ).....	45
	2.1.5.4. Pendekatan Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> )....	47
	2.1.6. Preferensi Merek ( <i>Brand Preference</i> ).....	48
	2.1.6.1. Definisi Preferensi Merek ( <i>Brand Preference</i> )..	49
	2.1.6.2. Indikator Preferensi Merek ( <i>Brand Preference</i> ).	50
	2.1.7. Penelitian Terdahulu.....	50
	2.2 Kerangka Pemikiran.....	56
	2.3 Hipotesis.....	61
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	62
	3.1. Objek Penelitian.....	62
	3.2. Metode Penelitian.....	62
	3.2.1. Desain Penelitian.....	63
	3.2.2. Operasionalisasi Variabel.....	64
	3.2.3. Jenis dan Sumber Data.....	66
	3.2.3.1 Jenis Data.....	66
	3.2.3.2 Sumber Data.....	66
	3.2.4. Teknik PengumpulanData.....	66
	3.2.5. Populasi dan Sampel.....	68
	3.2.5.1 Populasi.....	68
	3.2.5.2 Sampel.....	68
	3.2.6. Analisis Data Penelitian.....	69
	3.2.6.1 Uji Instrumen.....	69
	3.2.6.2 Analisis Deskriptif.....	71
	3.2.6.3 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	71
	3.2.6.4 Uji Kecocokan Model.....	74
	3.2.6.5 Analisis Korelasi.....	75
	3.2.7 Pengujian Hipotesis.....	76
BAB IV	OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	80
	4.1. Hasil Penelitian.....	80
	4.1.1. Karakteristik Responden.....	80
	4.1.2. Pengujian Instrumen Penelitian.....	84
	4.1.3. Hasil Analisis Deskriptif.....	88
	4.1.3.1 Kesadaran Merek Elzatta di Pasar Baru, Bandung	89
	4.1.3.2 Citra Merek Elzatta di Pasar Baru, Bandung.....	93
	4.1.3.3 Loyalitas Merek Elzatta di Pasar Baru, Bandung..	97
	4.1.3.4 Preferensi Merek Elzatta di Pasar Baru, Bandung	101
	4.1.4. Hasil Analisis Kuantitatif.....	104
	4.1.4.1 Uji <i>Goodness of Fit Index</i> .....	104
	4.1.4.2 Uji Normalitas Data.....	105
	4.1.4.3 Uji Korelasi.....	106

	4.1.4.4 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	107
	4.2. Pembahasan.....	115
	4.2.1 Kesadaran merek, citra merek, loyalitas merek dan preferensi merek Elzatta di Pasar Baru, Bandung.....	115
	4.2.2 Kesadaran merek, citra merek, dan loyalitas merek Berpengaruh terhadap preferensi merek Elzatta di Pasar Baru, Bandung.....	117
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	121
	5.1. Kesimpulan.....	121
	5.2. Saran.....	123
	DAFTAR PUSTAKA.....	125

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Hal
1.1	Daftar Perusahaan/ Merek <i>Muslim Fashion</i> Di Indonesia.....	3
1.2	Top Brand Indonesia Kategori Kerudung Bermerek Tahun 2018 dan 2019.....	6
1.3	Persepsi Masyarakat Mengenai Kesadaran Merek dan Citra Merek Elzatta di Pasar Baru, Bandung.....	9
1.4	Persepsi Masyarakat Mengenai Loyalitas Merek dan Preferensi Merek Elzatta di Pasar Baru, Bandung.....	11
1.5	<i>Time line</i> Penelitian Tahun 2019/2020.....	17
2.1	Penelitian Terdahulu.....	51
3.1	Desain Penelitian.....	63
3.2	Operasionalisasi Variabel .....	65
3.3	Skala Likert.....	66
3.4	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	74
3.5	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	76
4.1	Klasifikasi Penilaian Variabel Penelitian.....	89
4.2	Penilaian Terhadap Variabel Kesadaran Merek.....	90
4.3	Penilaian Terhadap Variabel Citra Merek.....	93
4.4	Penilaian Terhadap Variabel Loyalitas Merek.....	97
4.5	Penilaian Terhadap Variabel Preferensi Merek.....	101
4.6	<i>Goodness of Fit Index</i> .....	104
4.7	<i>Test of Multivariate Normality for Continuous Variables</i> .....	105
4.8	Ringkasan Pengaruh Langsung ( <i>Direct Effect</i> ) dan Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ).....	114

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Hal
1.1	<i>Top Brand Index</i> Kategori Busana Muslim 2016 dan 2017..	7
2.1	Piramida Kesadaran Merek.....	32
2.2	Piramida Loyalitas Merek.....	45
2.3	Paradigma Penelitian.....	60
3.1	Diagram Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	72
3.2	Jalur Sub Struktur I.....	73
3.3	Jalur Sub Struktur II.....	74
3.4	Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho.....	78
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (Gender).....	81
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	82
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan.	83
4.4	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> Variabel Kesadaran Merek.....	84
4.5	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> Variabel Citra Merek.....	85
4.6	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> Variabel Loyalitas Merek.....	86
4.7	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> Variabel Preferensi Merek.....	87
4.8	<i>Correlation Matrix</i> .....	106
4.9	Hasil Analisis Jalur Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek serta Implikasinya pada Preferensi Merek.....	108
4.10	Persamaan Sub-Struktur I.....	108
4.11	Persamaan Sub-Struktur II.....	110

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Hal</b>
1	Kuesioner Penelitian.....	132
2	Data Ordinal.....	135
3	Data Interval.....	
4	Output SPSS.....	