DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul i

Pernyataan ii

Halaman Persetujuan Draft Tesis iii

Abstract v

Abstraksi vi

Kata Pengantar vii

Daftar Tabel xii

Daftar Gambar xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Identifikasi Masalah 7

1.3 Tujuan Penelitian 12

1.4 Manfaat Penelitian 13

1.5. Pembatasan Masalah dan Asumsi 14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 16

2.1 Tinjauan Pustaka 16

2.1.1 Merek 16

2.1.1.1. Perihal Merek 16

2.1.1.2. Definisi Merek 26

2.1.1.3. Manfaat Merek 27

2.1.2 Ekuitas Merek 25
2.1.2.1. Kesadaran Merek (*brand awareness*) 32
2.1.2.2. Asosiasi Merek (*brand associations*) 36
2.1.2.3. Kualitas Merek (*brand perceive quality*) 40
2.1.2.4. Loyalitas Merek (*brand loyalty*) 41
2.1.3 Kepuasan Pelanggan 48
2.1.4. Minat Mereferensikan 51
2.1.5. Penelitian yang berkaitan dengan Kepuasan Pelanggan dan Minat Mereferensikan 53
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Perumusan Hipotesis 56
2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis 56
2.2.2 Perumusan Hipotesis 57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 58
3.1 Desain dan Objek Penelitian 58
3.1.1 Desain Penelitian 58
3.2 Pengembangan Indikator Variabel 59
3.2.1 Dimensionalisasi Variabel Dimensi Ekuitas Merek dari *Brand Awareness* 60
3.2.2 Indikator Variabel Asosiasi Merek (*brand associations*) 62
3.2.3 Indikator Variabel Kualitas Merek (*brand perceived quality*) 63
3.2.4 Dimensionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan 63
3.2.5 Dimensionalisasi Variabel Minat Mereferensikan Universitas 65

3.2.6 Definisi Operasional dan Indikator Variabel.....66
3.3 Objek Penelitian 70
3.4 Sumber Data 70
3.4.1 Data Primer..... 71
3.4.2 Data Sekunder 72
3.5. Populasi dan Sampel 73
3.3.1. Populasi 73
3.3.2. Sampel..... 74
3.6. Metode Pengumpulan Data..... 76
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Data 77
3.8. Teknik Analisis Data..... 78
3.8.1. Pengembangan Model Teoritis..... 79
3.8.2. Pengembangan Path Diagram 80
3.8.3. Konversi Path Diagram ke Dalam Persamaan..... 81
3.8.4. Memilih Matriks Input dan Estimasi Model 83
3.8.5. Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi 83
3.8.6. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit 83
3.8.6.1. Indeks Kesesuaian dan *Cut-Off Value*.....84
3.8.7. Interpretasi dan Modifikasi Model 86
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 87
4.1 Deskripsi Responden 87
4.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin 87

4.1.2 Responden Menurut Usia 88
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas..... 88
4.3. Deskriptif Variabel..... 92
4.3.1 UNPAS 96
4.3.2 UNPAR 85
4.3.3 UNIKOM 100
4.3.4 UNISBA 103
4.3.5. UNIVERSITAS WIDYATAMA..... 106
4.4. Proses Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian..... 110
4.4.1. Pengembangan Model Berdasarkan Teori..... 110
4.4.2. Menyusun Diagram Alur (*Path Diagram*) 110
4.4.3. Konversi Diagram Alur ke Dalam Persamaan 111
4.4.4. Memilih Matriks Input dan Teknik Estimasi..... 111
4.4.4.1. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen113
4.4.4.2. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen116
4.4.4.3. Analisis *Structural Equation Model* 120
4.5 Analisis Problem Identifikasi..... 123
4.6.. Uji Normalitas Data..... 124
4.7. Uji Kesesuaian dan Uji Statistik..... 126
4.8. Evaluasi Nilai Residual..... 126
4.9. Pengujian Hipotesis Penelitian 127
4.9.1 Uji Hipotesis I..... 128

4.9.2 Uji Hipotesis II 128

4.9.3 Uji Hipotesis III 129

4.9.4 Uji Hipotesis IV 129

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN 131

5.1 Kesimpulan 131

5.2 Saran 134

Daftar Pustaka 135

Lampiran