DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERYATAAN KEASLIAN

MOTTO

ABSTRACT iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR GRAFIK xiv

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR SIMBOL xviii

DAFTAR LAMPIRAN xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah 7

1.2.1 Identifikasi Masalah 7

1.2.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 8

1.3.1 Maksud Penelitian 8

1.3.2 Tujuan Penelitian 8

1.4 Kegunaan Penelitian 8

1.4.1 Kegunaan Praktis 8

1.4.2 Kegunaan Akademis 9

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 10

1.5.1 Lokasi Penelitian 10

1.5.2 Waktu Peneitian 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 KAJIAN PUSTAKA 11

2.1.1 Ekuitas Merek (*Brand Equity*) 11

2.1.1.1 Pengertian Merek 11

2.1.1.2 Makna dan Tujuan Merek 12

2.1.1.3 Manfaat Merek 16

2.1.1.4 Pengertian Ekuitas Merek (*Brand Equity*) 17

2.1.1.5 Unsur-Unsur Ekuitas Merek 19

2.1.1.5.1 Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) 20

2.1.1.5.2 Kesan Kualitas (*Perceived Quality*) 23

2.1.1.5.3 Asosiasi Merek (*Brand Asociation*)..... 25

2.1.1.5.1 Loyalitas Merek (*Brand Loyality*) 28

2.1.2 Hasil Penelitian Terdahulu 32

2.2 Kerangka Pemikiran 33

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 36

3.2 Metode Penelitian 36

3.2.1 Desain Penelitian..... 37
3.2.2 Oprasionalisasi Variabel 40
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 41
3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder) 41
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 42
3.2.3.2.1 Populasi..... 42
3.2.3.2.2 Sampel..... 43
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 44
3.2.5 Rancangan Analisis 45
3.2.5.1 Analisis Deskriptif/Kualitatif 46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan..... 48
4.1.1 Sejarah Perusahaan 48
4.1.2 Stuktur Organisasi Perusahaan 51
4.1.3 *Job Description*/Deskripsi Jabatan 52
4.2 Karakteristik Responden 57
4.3 Analisis Deskriptif 61
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Ekuitas Merek Mio Fino pada *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur Bandung 61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 79
5.2 Saran 79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
2.1	Konsep *Brand Equity*	18
2.2	Piramida *Brand Awareness*	21
2.3	Nilai Dari Kesan Kualitas	23
2.4	Nilai Dari Asosiasi Merek	25
2.5	Piramida Loyalitas	28
2.6	Nilai Dari Loyalitas Merek	30
2.7	Sekema Kerengka Pemikiran	35
3.1	Desain Penelitian	38
4.1	Logo Yamaha	49
4.2	Sepeda Motor Mio Fino	50
4.3	Stuktur Organisasi Berlian Pasteur	52

DAFTAR GRAFIK

No	Judul Grafik	Halaman
1.1	Penjualan Sepeda Motor Yamaha Metik pada Berlian Pasteur Bandung Tahun 2012.	5

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.1	Penjualan Sepeda Motor Metik Tahun 2012	4
1.2	Survey awal pada konsumen Berlian Pasteur Bandung	6
1.3	Jadwal Penelitian	10
2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	32
3.1	Oprasional Variabel	40
3.2	Pengkategorian Skor Jawaban	47
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	59
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	60
4.6	Karateristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan pada *Dealer* Yamaha Berlian Perbulannya	60
4.7	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Mengenal Merek Motor Mio Fino	61
4.8	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kemudahan Untuk Mengingat Kembali Merek Sepeda Motor Mio Fino	62
4.9	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Merek Yang Paling Diingat Dari Merek Sepeda Motor Mio Fino	63

No	Judul Tabel	Halaman
4.10	Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Kesadaran Merek	64
4.11	Pengkategorian Skor Jawaban	64
4.12	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Ketahanan Mesin Sepeda Motor Mio Fino	65
4.13	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Ciri Khas Bentuk Sepeda Motor Mio Fino	66
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kenyamanan Setelah Menggunakan Speda Motor Mio Fino	67
4.15	Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Kesan Kualitas	68
4.16	Pengkategorian Skor Jawaban	68
4.17	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Ke Unik Model Bentuk Sepeda Motor Mio Fino	69
4.18	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Gaya Hidup Yang Dirasakan Saat Menggunakan Sepeda Motor Mio Fino	70
4.19	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kemampuan Bersaing Dari Sepeda Motor Mio Fino	71
4.20	Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Asosiasi Merek	72
4.21	Pengkategorian Skor Jawaban	72
4.22	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Menyukai Merek Sepeda Motor Mio Fino	73

No	Judul Tabel	Halaman
4.23	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Bersedia Membeli Ulang Sepada Motor Mio Fino	74
4.24	Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Bersedia Merekomendasikan Kepada Orang Lain Atas Sepeda Motor Mio Fino	75
4.25	Skor Total Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Merek	76
4.26	Pengkategorian Skor Jawaban	76
4.27	Skor Tanggapan Responden Terhadap Ekuitas Merek Motor Mio Fino	77
4.28	Skor Tanggapan Responden Terhadap Ekuitas Merek	77
4.29	Pengkategorian Skor Jawaban	77

DAFTAR SIMBOL

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

E = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Lampiran
Lampiran 1	Kuiesoner dan Hasil Kuiesoner.
Lampiran 2	Surat Permohonan Penelitian dan surat balasan dari Perusahaan.
Lampiran 3	Kegiatan Bimbingan dan Lembar Revisi
Lampiran 4	Laporan Penjualan Sepeda Motor Tahun 2012 pada *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur Bandung.
Lampiran 5	Daftar Riwayat Hidup.