DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

PERNYATAAN KEASLIAN..... ii

MOTTO iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT..... v

KATA PENGANTAR..... vi

DAFTAR ISI..... viii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR..... xvi

DAFTAR LAMPIRAN..... xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah..... 11

1.2.1 Identifikasi Masalah..... 11

1.2.2 Rumusan Masalah..... 11

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... 12

1.3.1 Maksud Penelitian..... 12

1.3.2 Tujuan Penelitian 12

1.4 Kegunaan Penelitian 13
1.4.1 Kegunaan Praktis 13
1.4.2 Kegunaan Akademis 14
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 14

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 16
2.1.1 Produk 16
2.1.1.1 Pengertian Produk 16
2.1.1.2 Klasifikasi Produk 17
2.1.2 Atribut Produk 19
2.1.2.1 Pengertian Atribut Produk 19
2.1.2.2 Komponen Atribut Produk 20
2.1.2.3 Pentingnya Atribut Produk 22
2.1.3 Merek 23
2.1.3.1 Pengertian Merek 23
2.1.3.2 Manfaat Merek 25
2.1.4 Ekuitas Merek 26
2.1.4.1 Pengertian Ekuitas Merek 26
2.1.4.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Ekuitas Merek 26

2.1.5 Perilaku Konsumen 33
2.1.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen 33
2.1.5.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 33
2.1.6 Keputusan Pembelian 35
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian 35
2.1.6.2 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian .. 36
2.1.7 Penelitian Terdahulu 39
2.2 Kerangka Pemikiran 42
2.2.1 Hubungan Atribut Produk dan Ekuitas Merek 43
2.2.2 Hubungan Atribut Produk dan Keputusan Pembelian . 44
2.2.3 Hubungan Ekuitas Merek dan Keputusan Pembelian .. 45
2.3 Hipotesis 46

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 48
3.2 Metode Penelitian 48
3.2.1 Desain Penelitian 50
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 55
3.2.2.1 Variabel Bebas *(Independent Variabel)* 55
3.2.2.2 Variabel Terikat *(Dependent Variabel)* 55
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 58

3.2.3.1 Sumber Data 58
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 60
3.2.3.2.1 Populasi 60
3.2.3.2.2 Sampel dan Teknik Sampling 61
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 62
3.2.4.1 Uji Validitas 64
3.2.4.2 Uji Reliabilitas 68
3.2.4.3 Transformasi Data 71
3.2.5 Rancangan Analisis dan Perancangan Hipotesis 72
3.2.5.1 Rancangan Analisis 72
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif/Kualitatif 72
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif/Kuantitatif 74
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 77

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 82
4.1.1 Sejarah Singkat 82
4.1.2 Visi dan Misi CV. Ampel Media Abadi 83
4.1.2.1 Visi CV. Ampel Media Abadi 83
4.1.2.2 Misi CV. Ampel Media Abadi 83
4.1.3 Struktur Organisasi 84
4.1.4 Aspek Pekerjaan 86

4.2 Karakteristik Responden 88

4.3 Analisis Deskriptif 89

4.3.1 Analisis Deskriptif Atribut Produk Notebook Axioo 90

4.3.2 Analisis Deskriptif Ekuitas Merek *(Brand Equity)* Notebook Axioo 95

4.3.3 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian 102

4.4 Analisis Verifikatif 110

4.4.1 Pengaruh Atribut Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian 110

4.4.2 Pengujian Jalur Sub Struktur Pertama 114

4.4.3 Pengujian Jalur Sub Struktur Kedua 118

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 129

5.2 Saran 131

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN