

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
 HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Atribut Produk	13
2.1.2 Komunikasi pemasaran.....	18
2.1.3 Ekuitas Merek	31
2.2 <i>Review</i> Penelitian Relevan.....	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	54
2.4 Hipotesis	59

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	60
3.2 Metode Penelitian	60
3.3 Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	61
3.3.1 Skala Pengukuran	65
3.3.2 <i>Dependent Variable</i> atau <i>Variabel Terikat</i>	51
3.3.3 <i>Skala Pengukuran</i>	54
3.4 Metodologi Penentuan Populasi dan Sampel	65
3.4.1 Populasi	65
3.4.2 Sampel	66
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	67
3.6 Metode Analisis.....	68
3.6.1 Uji Instrument	68
3.6.1.1 Uji Validitas	68
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	69
3.6.2 Uji Asumsi	69
3.6.2.1 Uji Normalitas	69
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas	70
3.6.2.3 Uji Heterokedasitas	70
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda	70
3.6.4 Uji Hipotesis	71
3.6.4.1 Uji t (Regresi Parsial)	71
3.6.4.2 Uji F (Regresi Simultan)	72
3.6.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Unit Analisis	73
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	76
4.2.1 Hasil Pengujian Instrumen	76
4.2.2 Analisis Deskriptif	81
4.2.2.1 Variabel Atribut Produk (X_1).....	81
4.2.2.2 Variabel Komunikasi pemasaran(X_2).....	86
4.2.2.3 Variabel Ekuitas Merek (Y)	93
4.2.3 Uji Asumsi.....	98
4.2.3.1 Uji Normalitas	98
4.2.3.2 Uji Linearitas	100
4.2.4.1 Uji Multikolinearitas	100
4.2.4.2 Uji Heteroskedastisitas	101
4.2.5 Analisis Regresi	102
4.3 Implikasi Manajerial	110

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	115
5.2 Saran	117
5.2.1 Saran Operasional	117
5.2.2 Saran Akademis	121

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	<i>Indonesia Best Brand Award</i> Kategori Telepon Selular Tahun 2007-2009.....	2
Tabel 1.2	<i>Indonesia Best Brand Award</i> Kategori Telepon Selular Tahun 2007-2009.....	5
Tabel 1.3	<i>Indonesia Best Brand Award</i> Kategori Telepon Selular Tahun 2010-2011.....	5
Tabel 1.4	<i>Indonesia Best Brand Award</i> Kategori <i>The Mind Of Advertising</i> Tahun 2007-2009.....	6
Tabel 1.5	<i>Indonesia Best Brand Award</i> Kategori <i>The Mind Of Advertising</i> Tahun 2010-2011.....	6
Tabel 1.6	<i>Indonesia Best Brand Award</i> Kategori <i>The Mind Of Brand</i> Tahun 2007-2009.....	6
Tabel 1.7	<i>Indonesia Best Brand Award</i> Kategori <i>The Mind Of Brand</i> Tahun 2010-2011.....	7
Tabel 1.8	<i>Top Brand Award</i> Kategori ponsel terbaik.....	9
Tabel 1.9	<i>Top Brand Award</i> Kategori ponsel terbaik.....	10
Tabel 2.1	Tujuan <i>advertising</i>	22
Tabel 2.2	Bauran Komunikasi Pemasaran terintegrasi.....	30
Tabel 2.3	<i>Review</i> Penelitian Relevan.....	52
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	62
Tabel 3.2	Bobot Penilaian Kuesioner.....	65

Tabel 4.1	Karakteristik lama menggunakan Nokia.....	73
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	75
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	75
Tabel 4.6	Uji Validitas Atribut Produk... ..	77
Tabel 4.7	Uji Validitas IMC	78
Tabel 4.8	Uji Validitas ekuitas merek.....	79
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4.10	Nilai Analisis Deskriptif Atribut Produk (X_1).....	81
Tabel 4.11	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Komunikasi Pemasaran Terpadu (X_2).....	82
Tabel 4.12	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Ekuitas Merek (Y).. ..	93
Tabel 4.13	Uji Normalitas	98
Tabel 4.14	Hasil uji linearitas.....	99
Tabel 4.15	Hasil uji Multikolinearitas	100
Tabel 4.16	Hasil Uji Heterokedastisitas.. ..	101
Tabel 4.17	Uji t variabel atribut produk terhadap ekuitas merek..	102
Tabel 4.18	determinasi variabel atribut produk dan ekuitas merek...	103
Tabel 4.19	Uji t variabel komunikasi pemasaran tepadu terhadap ekuitas merek.....	104
Tabel 4.20	determinasi komunikasi pemasaran (X_2) terhadap ekuitas merek (Y).....	106

Tabel 4.21	Uji F variabel Atribut Produk dan Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Ekuitas Merek.....	107
Tabel 4.22	Koefisien variabel Atribut Produk dan Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Ekuitas Merek.....	108
Tabel 4.23	Analisis determinasi variabel Atribut Produk dan Komunikasi pemasaran terhadap Ekuitas Merek.....	109

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	<i>Three Levels of Product</i>	14
Gambar 2.2	<i>The Total Product</i>	17
Gambar 2.3	<i>Integated Marketing Communications</i>	19
Gambar 2.4	<i>Major Elements Of Brand Equity</i>	36
Gambar 2.5	Kerangka Pemikiran.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	Uji Validitas dan Realibilitas
Lampiran 3	Uji Realibilitas
Lampiran 4	Jawaban Kuesioner
Lampiran 5	Uji Normalitas
Lampiran 6	Uji Linearitas
Lampiran 7	Uji Multikolinearitas
Lampiran 8	Uji Heterokedastisitas
Lampiran 9	Analisis Regresi Linear Sederhana
Lampiran 10	Analisis Regresi Linear Berganda