

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	12
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	12
1.2.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitiain.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	13
1.4.2 Manfaat Praktik .....	13
1.5 Struktur Organisasi Skripsi .....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HOPTESIS.....	15
2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.1.1 Pemasaran.....	15
2.1.1.1 Bauran Pemasaran.....	15
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	16
2.1.2.1 Driver Perilaku Pembelian .....	17
2.1.2.2 Tingkatan dalam Pengambilan Kepuasan Pembelian .....	18
2.1.2.3 Proses Keputusan Pembelian .....	20
2.1.3 Preferensi Merek .....	21
2.1.3.1 Analisis Preferensi Merek .....	22
2.1.3.2 Dimensi Preferensi Merek .....	24
2.1.4 Produk .....	24
2.1.4.1 Atribut Produk.....	25

2.1.5 Merek.....	26
2.1.5.1 Tujuan Penggunaan Merek .....	27
2.1.5.2 Manfaat Merek .....	28
2.1.6 Ekuitas Merek.....	29
2.1.6.1 Tahapan dalam Meningkatkan Ekuitas Merek.....	30
2.1.6.2 Manfaat Ekuitas Merek .....	32
2.1.6.3 Dimensi Ekuitas Merek.....	33
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	36
2.2 Kerangka Pemikiran .....	39
2.3 Hipotesis Umum.....	43
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1 Desain Penelitian .....	45
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	46
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	46
3.3 Partisipan Penelitian .....	51
3.4 Populasi dan Sample .....	51
3.5 Instrumen Penelitian.....	52
3.5.1 Teknik Pengumpulan data .....	52
3.5.2 Jenis dan Sumber Instrumen.....	53
3.5.3 Uji Instrumen Penelitian.....	55
3.5.3.1 Uji Validitas .....	55
3.5.3.2 Uji Reliabilitas .....	56
3.6 Prosedur Penelitian.....	57
3.7 Teknik Analisis Data .....	59
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	59
3.7.2 Analisis Verifikatif.....	61
3.7.3 Uji Hipotesis.....	63
3.8 Analisis Data .....	64
3.8.1 Hasil Uji Validitas .....	64
3.8.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi Merek .....	65
3.8.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Ekuitas Merek.....	66
3.8.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	67
<b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>69</b>
4.1 Temuan Penelitian .....	69

4.1.1 Profil dan Program Pemasaran Lenovo Group Limited.....	69
4.1.2 Analisis Deskripif.....	72
4.1.2.1 Analisi Deskriptif Karakter Responden dan Pengalaman Responden.....	72
4.1.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Preferensi Merek (X).....	78
4.1.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Ekuitas Merek (Y).....	86
4.1.2.4 Analisis Pengujian Statistik.....	96
4.2 Pembahasan Penelitian.....	102
4.2.1 Pembahasan Karakteristik Responden.....	102
4.2.2 Pembahasan Preferensi Merek.....	104
4.2.3 Pembahasan Ekuitas Merek.....	107
4.2.4 Pembahasan Pengaruh Prefrensi Merek terhadap Ekuitas Merek.....	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	115

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Laptop Kelas <i>Low-end, Mid-end, High-end</i> .....	4
Tabel 1.2 Jumlah Kategori Produk <i>Low-end</i> Tiap Merek.....	5
Tabel 1.3 <i>Top Brand Index</i> .....	7
Tabel 1.4 <i>Indonesia Best Brand Index 2015</i> .....	8
Tabel 1.5 Urutan Merek Laptop yang Paling Dipilih Sampai Paling Tidak Dipilih	9
Tabel 1.6 Indonesia <i>WOW Brand</i> .....	11
Tabel 2.1 Manfaat Merek Bagi Konsumen dan Produsen .....	29
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	47
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data .....	54
Tabel 3.3 Kriteria Bobot Nilai Alternatif.....	58
Tabel 3.4 Rekapitulasi Pengolahan Data .....	58
Tabel 3.5 Variabel X (Ekuitas Merek).....	65
Tabel 3.6 Variabel Y (Ekuitas Merek).....	66
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.1 Usia dan Faktor Pertimbangan Memilih Laptop Lenovo <i>Crosstabulation</i> .....	73
Tabel 4.2 Usia dan Lama Memiliki Laptop Lenovo <i>Crosstabulation</i> .....	74
Tabel 4.3 Jenis Kelamin dan Faktor Pertimbangan Memilih Laptop Lenovo <i>Crosstabulation</i> .....	75
Tabel 4.4 Jenis Kelamin dan Lama Memiliki Laptop Lenovo <i>Crosstabulation</i> ...	76
Tabel 4.5 Alasan Menggunakan Laptop dan Faktor Pertimbangan Memilih Laptop Lenovo <i>Crosstabulation</i> .....	77
Tabel 4.6 Alasan Menggunakan Laptop dan Lama Memiliki Laptop Lenovo <i>Crosstabulation</i> .....	78
Tabel 4.7 Preferensi Merek berdasarkan Kesukaan.....	81
Tabel 4.8 Preferensi Merek berdasarkan Pilihan .....	83
Tabel 4.9 Preferensi Merek berdasarkan Kepuasan.....	84
Tabel 4.10 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Preferensi Merek .....	85
Tabel 4.11 Ekuitas Merek berdasarkan Kesadaran Merek (Brand Awareness)....	89
Tabel 4.12 Ekuitas Merek berdasarkan Kualitas yang Dirasakan ( <i>Perceived Quality</i> ) .....	90

Tabel 4.13 Ekuitas Merek berdasarkan Asosiasi Merek ( <i>Brand Association</i> ).....	92
Tabel 4.14 Ekuitas Merek berdasarkan Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ).....	94
Tabel 4.15 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Ekuitas Merek .	96
Tabel 4.16 <i>Output</i> Korelasi .....	98
Tabel 4.17 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	99
Tabel 4.18 <i>Output</i> Pengaruh Prefrensi Merek Terhadap Ekuitas Merek.....	99
Tabel 4.19 <i>Output</i> Koefisien Regresi.....	100
Tabel 4.20 Nilai Signifikasi Uji t .....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Anggaran untuk Pembelian Laptop pada Mahasiswa .....	3
Gambar 2.1 Strategi Pemasaran, Perilaku Beli dan Keputusan Pembelian .....	18
Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan .....	20
Gambar 2.3 Piramida Loyalitas.....	23
Gambar 2.4 Tahapan Ekuitas Merek.....	31
Gambar 2.5 Piramida Brand Awareness .....	34
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran Pengaruh Prefrensi Merek terhadap Ekuitas Merek .....	42
Gambar 2.7 Paradigma Penelitian Pengaruh Preferensi Merek terhadap Ekuitas Merek .....	43
Gambar 3.1 Garis Kontinum Variabel X dan Y.....	60
Gambar 4.1 Garis Kontinum Preferensi Merek .....	80
Gambar 4.2 Garis Kontinum Ekuitas Merek .....	88
Gambar 4.3 Uji Normalitas .....	97

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN 2 OUTPUT VALIDITAS DAN REALIBITAS DENGAN SPSS  
*23.0 FOR WINDOWS*

LAMPIRAN 3 OUTPUT REGRESI LINIER SEDERHANA DENGAN SPSS  
*23.0 FOR WINDOWS*

LAMPIRAN 4 DATA ORDINAL

LAMPIRAN 5 DATA INTERVAL

LAMPIRAN 6 DATA TOTAL SKOR

LAMPIRAN 7 DATA HASIL PERTANYAAN TERBUKA

LAMPIRAN 8 CATATAN BIMBINGAN

LAMPIRAN 9 DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN 10 PROFIL SINGKAT DAN PRODUK LENOVO