

DAFTAR ISI

ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR TABEL	6
DAFTAR GAMBAR	10
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.3.1 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.3.2 Kegunaan Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Pustaka	Error! Bookmark not defined.

2.1.1	Strategi Pemasaran.....	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.2	Metrik Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.1	Macam Metrik Pemasaran	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.3	Bauran Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.4	Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.1	Pengertian Merek.....	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.4.2	Fungsi dan Manfaat Merek	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.2.3	Membangun Merek.....	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.5	Perluasan Merek...	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.1	Dimensi Perluasan Merek	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.5.2	Keunggulan dan Kelemahan Perluasan Merek	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.6	Ekuitas Merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.6.1	Pengertian Ekuitas Merek.....	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.6.2	Dimensi Ekuitas Merek.....	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.7	Loyalitas Merek ...	Error! Bookmark not defined.
2.1.7.1	Pengertian Loyalitas Merek	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.7.2	Tingkatan Loyalitas Merek	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.7.3	Nilai Stratejik Loyalitas Merek.....	Error!
	Bookmark not defined.	

2.1.7.4	Pengukuran Loyalitas Merek	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.7.5	Menciptakan dan Memelihara Loyalitas Merek	Error!
	Bookmark not defined.	
2.1.8	Pengaruh Perluasan Merek Terhadap Loyalitas Merek	Error!
	Bookmark not defined.	
2.2	Kerangka Pemikiran.....	Error!
	Bookmark not defined.	
2.3	Hipotesis	Error!
	Bookmark not defined.	
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1	Objek Penelitian.....	Error!
	Bookmark not defined.	
3.2	Metode dan Desain Penelitian	Error!
	Bookmark not defined.	
3.2.1	Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Operasionalisasi Variabel	Error!
	Bookmark not defined.	
3.4	Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data	Error!
	Bookmark not defined.	
3.4.1	Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Alat Pengumpulan Data	Error!
	Bookmark not defined.	
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	Error!
	Bookmark not defined.	
3.5.1	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3	Teknik Penarikan Sampel	Error!
	Bookmark not defined.	

3.6	Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Rancangan Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.1.1	Pengujian Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.6.1.2	Pengujian Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.2.1	Method of Succesive Interval (MSI).....	Error! Bookmark not defined.
3.6.2.2	Analisis Jalur (Path Analysis).....	Error! Bookmark not defined.
3.6.3	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
4.1	Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Tinjauan Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.1	Gambaran Umum, Visi, Misi dan Nilai PT. SMART Tbk	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.2	Strategi Pemasaran PT. SMART Tbk.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.3	Produk-produk PT. SMART Tbk	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.4	Profil dan Pemasaran Produk Filma	Error! Bookmark not defined.

- 4.1.2 Karakteristik Pengguna.....**Error!**
Bookmark not defined.
- 4.1.2.1 Karakteristik Pengguna Berdasarkan Usia.....**Error!**
Bookmark not defined.
- 4.1.2.2 Karakteristik Pengguna Berdasarkan Jenis Pekerjaan**Error!**
Bookmark not defined.
- 4.1.2.3 Karakteristik Pengguna Berdasarkan Rata-rata Pendapatan Per Bulan **Error!**
Bookmark not defined.
- 4.1.2.4 Karakteristik Pengguna Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Belanja Per Bulan**Error!**
Bookmark not defined.
- 4.1.3 Pengalaman Pengguna**Error!**
Bookmark not defined.
- 4.1.3.1 Pengalaman Pengguna Berdasarkan Lama Menggunakan Produk Filma**Error!**
Bookmark not defined.
- 4.1.3.2 Pengalaman Pengguna Berdasarkan Tempat Membeli Produk Filma **Error!**
Bookmark not defined.
- 4.1.3.3 Pengalaman Pengguna Berdasarkan Alasan Membeli Produk Filma **Error!**
Bookmark not defined.
- 4.1.3.4 Pengalaman Pengguna Berdasarkan Intensitas Melakukan Pembelian Produk Filma Dalam Sebulan.....**Error!**
Bookmark not defined.
- 4.1.3.5 Pengalaman Pengguna Berdasarkan Pengetahuan Adanya Produk Baru Filma Margarin**Error!**
Bookmark not defined.
- 4.1.3.6 Pengalaman Pengguna Berdasarkan Sumber Informasi Yang Diperoleh Mengenai Filma Margarin**Error!**
Bookmark not defined.
- 4.1.3.7 Pengalaman Pengguna Berdasarkan Penggunaan Merek Margarin Lain**Error!**
Bookmark not defined.

4.1.4	Gambaran Perluasan Merek Produk Filma	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.4.1	Gambaran Pengguna Terhadap <i>Perceived Similarity</i> Produk Filma	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.4.2	Gambaran Pengguna Terhadap <i>Reputation</i> Produk Filma..	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.4.3	Gambaran Pengguna Terhadap <i>Perceived Risk</i> Produk Filma	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.4.4	Gambaran Pengguna Terhadap <i>Innovativeness</i> Produk Filma	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.4.5	Rekapitulasi Gambaran Pengguna Mengenai Perluasan Merek Produk Filma	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.5	Gambaran Loyalitas Merek Produk Filma.....	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.5.1	Gambaran Pengguna Terhadap <i>Switcher</i> Produk Filma	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.5.2	Gambaran Pengguna Terhadap <i>Habitual Buyer</i> Produk Filma	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.5.3	Gambaran Pengguna Terhadap <i>Satisfied Buyer</i> Produk Filma	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.5.4	Gambaran Pengguna Terhadap <i>Liking The Brand</i> Produk Filma	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.5.5	Gambaran Pengguna Terhadap <i>Committed Buyer</i> Produk Filma	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.5.6	Rekapitulasi Gambaran Pengguna Mengenai Loyalitas Merek Produk Filma	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.6	Hasil Pengujian	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.6.1	Pengujian Hipotesis	Error!
	Bookmark not defined.	

4.1.6.2	Pengujian Sub Hipotesis Dengan Uji t.....	Error! Bookmark not defined.
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Gambaran Perluasan Merek Produk Filma.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Gambaran Loyalitas Merek Produk Filma.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Pengaruh Perluasan Merek Terhadap Loyalitas Merek Produk Filma	Error! Bookmark not defined.
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN-LAMPIRAN		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1	Perusahaan Minyak Goreng Bermerek Di Indonesia Berbahan Baku Minyak Kelapa Sawit.....	2
1.2	Kinerja Merek (<i>Brand Value</i>) Produk Minyak Goreng Tahun 2004-2008	3
1.3	<i>Top Brand Index</i> (TBI) Produk Minyak Goreng Tahun 2006-2008	4
1.4	Indeks Loyalitas Merek Filma	5
2.1	<i>Marketing Metrics</i>	14
2.2	Definisi Bauran Pemasaran.....	16
2.3	Fungsi Merek Bagi Konsumen	20
2.4	Manfaat-Manfaat Merek	21
2.5	Definisi Perluasan Merek.....	23
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	52
3.2	Jenis Dan Sumber Data.....	54
3.3	Daftar Populasi.....	57
3.4	Penyebaran Sampel.....	60
3.5	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian	63
3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	67
3.7	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	74
4.1	Jenis-jenis Produk PT. SMART Tbk	78
4.2	Gambaran Responden Tentang Kesesuaian Kualitas Antara Minyak Goreng Filma Sebagai <i>Parent Brand</i> Dengan Filma Margarin Sebagai Merek Ekstensi	93
4.3	Gambaran Responden Tentang Kesesuaian Manfaat Antara	

Minyak Goreng Filma Sebagai <i>Parent Brand</i> Dengan Filma Margarin Sebagai Merek Ekstensi.....	94
4.4 Gambaran Responden Tentang Kemiripan Desain dan Warna Antara Minyak Goreng Filma Sebagai <i>Parent Brand</i> Dengan Filma Margarin Sebagai Merek Ekstensi.....	96
4.5 Rekapitulasi Gambaran Responden Terhadap <i>Perceived Similarity</i> Produk Filma.....	97
4.6 Gambaran Responden Tentang Kepercayaan Terhadap Reputasi PT. SMART Sebagai Produsen Minyak Goreng dan Margarin Filma	100
4.7 Gambaran Responden Tentang Kepercayaan Terhadap Reputasi Merek Filma.....	101
4.8 Rekapitulasi Gambaran Responden Terhadap <i>Reputation</i> Produk Filma.....	102
4.9 Gambaran Responden Tentang Keyakinan Menggunakan Merek Filma Margarin	105
4.10 Gambaran Responden Tentang Kepercayaan Terhadap Kualitas dan Manfaat Filma Margarin Yang Baik Untuk Kesehatan	106
4.11 Gambaran Responden Tentang Rasa Aman Menggunakan Merek Filma Margarin	107
4.12 Rekapitulasi Gambaran Responden Terhadap <i>Perceived Risk</i> Produk Filma.....	108
4.13 Gambaran Responden Tentang Pengetahuan Terhadap Kualitas, Desain, dan Warna Filma Margarin.....	111
4.14 Gambaran Responden Tentang Keinginan Untuk Mencoba Filma Margarin	112
4.15 Gambaran Responden Tentang Keinginan Melakukan Perubahan Dalam Pembelian Kebutuhan Pokok Rumah Tangga.....	113
4.16 Rekapitulasi Gambaran Responden Terhadap <i>Innovativeness</i> Produk Filma.....	115
4.17 Rekapitulasi Skor Gambaran Responden Mengenai Perluasan Merek Produk Filma.....	117

4.18	Gambaran Responden Tentang Perpindahan Kepada Merek Lain Karena Adanya Perubahan Harga dan Kualitas Pada Filma Margarin....	121
4.19	Gambaran Responden Tentang Kebiasaan Membeli Produk Merek Filma	123
4.20	Gambaran Responden Tentang Kepuasan Terhadap Produk Merek Filma	125
4.21	Gambaran Responden Tentang Kepuasan Terhadap Kualitas dan Keunggulan Produk Merek Filma.....	126
4.22	Gambaran Responden Tentang Kesukaan Terhadap Produk Merek Filma	127
4.23	Gambaran Responden Tentang Kesukaan Terhadap Desain Baik Itu Kemasan, Logo, dan Warna Produk Merek Filma.....	128
4.24	Gambaran Responden Tentang Kesetiaan Pada Produk Merek Filma	130
4.25	Gambaran Responden Tentang Kesiediaan Merekomendasikan Merek Produk Filma Kepada Orang Lain	131
4.26	Rekapitulasi Gambaran Responden Mengenai Loyalitas Merek Produk Filma.....	132
4.27	Perhitungan Tingkat Loyalitas Merek	135
4.28	Matriks Korelasi Antara Sub Variabel Perluasan Merek Dengan Loyalitas Merek	138
4.29	ANOVA (b)	139
4.30	Hasil Pengujian Koefisien Jalur Perluasan Merek Terhadap Loyalitas Merek	139
4.31	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dimensi <i>Perceived Similarity</i> Terhadap Loyalitas Merek	142
4.32	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dimensi <i>Reputaion</i> Terhadap Loyalitas Merek	142
4.33	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dimensi <i>Perceived Risk</i> Terhadap Loyalitas Merek	143

4.34 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dimensi <i>Innovativeness</i> Terhadap Loyalitas Merek	144
4.35 Hasil Pengujian Pengaruh Perluasan Merek Terhadap Loyalitas Merek	144
4.36 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	148



DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1	Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia	1
1.2	Pra penelitian Kepada 30 Responden Ibu Rumah Tangga.....	8
2.1	<i>Brand Equity Chain</i>	30
2.2	Ekuitas Merek	32
2.3	Tingkatan <i>Brand Loyalty</i>	35
2.4	Nilai <i>Brand Loyalty</i>	37
2.5	Menciptakan Dan Memelihara <i>Brand Loyalty</i>	40
2.6	Kerangka Pemikiran Penelitian Pengaruh Perluasan Merek Terhadap Loyalitas Merek Produk Filma	47
2.7	Paradigma Penelitian Pengaruh Perluasan Merek Terhadap Loyalitas Merek Produk Filma	48
3.1	Diagram Jalur Hipotesis.....	69
3.2	Diagram Jalur Hipotesis.....	70
3.3	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis	70
4.1	Karakteristik Pengguna Berdasarkan Usia.....	80
4.2	Karakteristik Pengguna Berdasarkan Jenis Pekerjaan	81
4.3	Karakteristik Pengguna Berdasarkan Rata-rata Pendapatan Per Bulan.....	82
4.4	Karakteristik Pengguna Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Belanja Per Bulan	83
4.5	Pengalaman Pengguna Berdasarkan Lama Menggunakan Produk Filma.....	85
4.6	Pengalaman Pengguna Berdasarkan Tempat Membeli Produk Filma.....	86
4.7	Pengalaman Pengguna Berdasarkan Alasan Membeli Produk Filma.....	87

4.8	Pengalaman Pengguna Berdasarkan Intensitas Melakukan Pembelian Dalam Sebulan	88
4.9	Pengalaman Pengguna Berdasarkan Pengetahuan Adanya Produk Baru Filma Margarin.....	89
4.10	Pengalaman Pengguna Berdasarkan Sumber Informasi Yang Diperoleh Mengenai Filma Margarin	90
4.11	Pengalaman Pengguna Berdasarkan Penggunaan Merek Margarin Lain	91
4.12	Garis Kontinum <i>Perceived Similarity</i> Produk Filma	99
4.13	Garis Kontinum <i>Reputation</i> Produk Filma	104
4.14	Garis Kontinum <i>Perceived Risk</i> Produk Filma.....	110
4.15	Garis Kontinum Inovasi Produk Filma	116
4.16	Rekapitulasi Gambaran Pengguna Mengenai Perluasan Merek Produk Filma.....	119
4.17	Garis Kontinum Perluasan Merek Produk Filma.....	120
4.18	Garis Kontinum Loyalitas Merek Produk Filma	135
4.19	Piramida Loyalitas Merek Filma	136
4.20	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis.....	141