

## DAFTAR ISI

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....  | ii             |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....  | iii            |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | iv             |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | v              |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....   | vi             |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | viii           |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   | xi             |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  | xiv            |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....  | xv             |
| <br>  |                |
| <b>BAB I    PENDAHULUAN</b>   |                |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....   | 1              |
| 1.2 Rumusan Masalah.....  | 11             |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....  | 11             |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....   | 12             |
| <br>  |                |
| <b>BAB II    KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN<br/>          HIPOTESIS</b> |                |
| 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 atau Variabel Terikat</i> ..... | 51 |
| 3.3.3 Skala Pengukuran .....                                | 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  |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>       |     |
| 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 |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>                   |     |
| 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

| <b>Nomor Tabel</b> | <b>Judul Tabel</b>   | <b>Halaman</b> |
|--------------------|--|----------------|
| Tabel 1.1          | <i>Indonesia Best Brand Award</i> Kategori Telepon Selular<br>Tahun 2007-2009.....                 | 2              |
| Tabel 1.2          | <i>Indonesia Best Brand Award</i> Kategori Telepon Selular<br>Tahun 2007-2009.....                 | 5              |
| Tabel 1.3          | <i>Indonesia Best Brand Award</i> Kategori Telepon Selular<br>Tahun 2010-2011.....                 | 5              |
| Tabel 1.4          | <i>Indonesia Best Brand Award</i> Kategori <i>The<br/>Mind Of Advertising</i> Tahun 2007-2009..... | 6              |
| Tabel 1.5          | <i>Indonesia Best Brand Award</i> Kategori <i>The<br/>Mind Of Advertising</i> Tahun 2010-2011..... | 6              |
| Tabel 1.6          | <i>Indonesia Best Brand Award</i> Kategori <i>The<br/>Mind Of Brand</i> Tahun 2007-2009.....       | 6              |
| Tabel 1.7          | <i>Indonesia Best Brand Award</i> Kategori <i>The<br/>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<br>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<br>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<br>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<br>Pemasaran Terpadu Terhadap Ekuitas Merek.....        | 107 |
| Tabel 4.22 | Koefisien variabel Atribut Produk dan Komunikasi<br>Pemasaran Terpadu Terhadap Ekuitas Merek.....    | 108 |
| Tabel 4.23 | Analisis determinasi variabel Atribut Produk dan<br>Komunikasi pemasaran terhadap Ekuitas Merek..... | 109 |

## DAFTAR GAMBAR

| <b>Nomor Gambar</b> | <b>Judul Gambar</b>                             | <b>Halaman</b> |
|---------------------|---|----------------|
| 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  |



