

Daftar Isi

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 LatarBelakangMasalah.....	1
1.2 PerumusanMasalah	10
1.3 TujuandanManfaatPenelitian	11
1.3.1 TujuanPenelitian.....	11
1.3.2 ManfaatPenelitian.....	11
1.4 SistematikaPenulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS	
2.1 Merek	
2.1.1 Pengertian Ekuitas Merek.....	14
2.1.2 Elemen-elemen Ekuitas Merek	16
2.1.3 Sumber-sumber Ekuitas Merek.....	26
2.1.4 Model Ekuitas Merek.....	37
2.1.5 Penggerak Ekuitas Merek	40
2.1.6 Membangun Ekuitas Merek.....	41
2.1.7 Mengelola Ekuitas Merek	42
2.2 Keputusan Pembelian.....	
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	43
2.2.2 Model Keputusan Pembelian	46
2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	48
2.3 Jasa.....	
2.3.1 Pengertian Jasa.....	51

2.3.2	Karakteristik Jasa	53
2.3.3	Kategori Jasa	54
2.4	Pengertian Pelayanan Jasa pengiriman barang	55
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Lokasi/Objek Penelitian	59
3.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian	59
3.3	Populasi dan Sampel	62
3.4	Jenis dan Sumber Data	63
3.5	Teknik Pengumpulan Data	64
3.6	Teknik Analisis Data	65
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN		
4.1	Sejarah Singkat PT. POS Indonesia	69
4.2	Struktur Organisasi Perusahaan	74
4.3	Aktivitas Perusahaan	74
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
5.1	Karakteristik Responden	
5.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	87
5.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	88
5.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	89
5.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	89
5.2	Analisis Deskriptif	90
5.2.1	Kesadaran Merek	92
5.2.2	Persepsi Kualitas	99
5.2.3	Asosiasi Merek	105
5.2.4	Loyalitas Merek	110
5.2.5	Rekapitulasi Ekuitas Merek	116
5.3	Keputusan Pembelian	120
5.3.1	Pengenalan Masalah	121

5.3.2	Pencarian Informasi	122
5.3.3	Evaluasi Alternatif	123
5.3.4	Keputusan Pembelian.....	124
5.3.5	Perilaku Setelah Pembelian.....	127
5.3.6	Rekapitulasi Keputusan Pembelian.....	129
5.4	Analisi Statistik	130
5.4.1	Uji Validitas dan Reabilitas	130
5.4.2	Analisis Regresi Sederhana.....	134
5.4.3	Koefisien Korelasi.....	136
5.4.4	Koefisien Determinasi.....	137
5.4.5	Uji Hipotesis (Uji t).....	138
5.5	Pembahasan Penelitian.....	140
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan	142
6.2	Saran-saran.....	143
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna PT. Pos Indonesia Pekanbaru selama tahun 2017	7
Tabel 1.2 Jumlah barang pada PT Pos Indonesia Pekanbaru tahun 2017	9
Tabel 3.2 Alternatif Pilihan Jawaban	66
Tabel 5.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	87
Tabel 5.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Umur	88
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	89
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	89
Tabel 5.5 Tanggapan responden mengenai Konsumen menyadari keberadaan PT Pos karena mudah ditemui	93
Tabel 5.6 Tanggapan responden mengenai konsumen mengenali PT Pos hanya dengan melihat warna perusahaannya yang mencolok	94
Tabel 5.7 Tanggapan responden mengenai konsumen dapat mengingat merek PT Pos sebagai jasa pengiriman dengan layanan yang beragam	96
Tabel 5.8 Tanggapan responden mengenai konsumen dapat mengingat merek jasa PT Pos dengan cepat	97

Tabel 5.9 Tanggapan responden mengenai konsumen meyakini PT Pos adalah pilihan pertama saat akan mengirimkan barang.....	99
Tabel 5.10 Tanggapan responden mengenai konsumen yang menganggap Pelayanan yang diberikan PT Pos mengesankan.....	101
Tabel 5.11 Tanggapan responden mengenai konsumen menganggap yakin menggunakan jasa PT Pos atas kualitas layanan yang diberikan.....	102
Tabel 5.12 Tanggapan responden mengenai Karyawan PT Pos mampu menjawab keluhan konsumen dengan baik	103
Tabel 5.13 Tanggapan responden mengenai Karyawan PT Pos mau membantu konsumennya dengan ramah	104
Tabel 5.14 Tanggapan responden mengenai PT Pos merupakan jasa pengiriman barang dengan kualitas layanan yang memuaskan	106
Tabel 5.15 Tanggapan responden mengenai konsumen merasa aman dengan pelayanan pada PT Pos Indonesia Pekanbaru	108
Tabel 5.16 Tanggapan responden mengenai PT Pos memiliki pesaing yang kompetitif.....	109
Tabel 5.17 Tanggapan responden mengenai PT Pos lebih unggul dibanding pesaing lainnya	110
Tabel 5.18 Tanggapan responden mengenai Konsumen lebih memilih menggunakan jasa PT Pos dibanding yang lainnya.....	112

Tabel 5.19 Tanggapan responden mengenai Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT Pos	113
Tabel 5.20 Tanggapan responden mengenai konsumen menyukai variasi layanan yang ditawarkan oleh PT Pos.....	114
Tabel 5.21 Tanggapan responden mengenai Konsumen akan merekomendasikan PT Pos kepada kerabatnya	115
Tabel 5.22 Rekapitulasi Responden mengenai Ekuitas Merek Pada PT Pos Indonesia Pekanbaru.....	116
Tabel 5.23 Tanggapan responden mengenai Kebutuhan konsumen terhadap Jasa PT Pos Indonesia Pekanbaru.....	123
Tabel 5.24 Tanggapan responden mengenai mencari informasi pada PT Pos Indonesia Pekanbaru.....	124
Tabel 5.25 Tanggapan responden mengenai PT Pos Indonesia Pekanbaru sebagai alternatif jasa pengiriman.....	125
Tabel 5.26 Tanggapan responden mengenai keunggulan PT Pos Indonesia Pekanbaru.....	126
Tabel 5.27 Tanggapan responden mengenai keyakinan konsumen bahwa PT Pos Indonesia Pekanbaru yang terbaik	127

Tabel 5.28 Tanggapan responden mengenai keputusan untuk menggunakan jasa PT Pos Indonesia Pekanbaru.....	127
Tabel 5.29 Tanggapan responden mengenai konsumen yakin barang sampai tepat waktu pada PT Pos Indonesia Pekanbaru.....	128
Tabel 5.30 Tanggapan responden mengenai konsumen menggunakan jasa secara berulang pada PT Pos Indonesia Pekanbaru	130
Tabel 5.31 Tanggapan responden mengenai kepuasan konsumen terhadap PT Pos Indonesia Pekanbaru	130
Tabel 5.32 Rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai keputusan pembelian.....	131
Tabel 5.33 Hasil Uji Validitas.....	132
Tabel 5.34 Hasil Uji reliabilitas	135
Tabel 5.35 Hasil Regresi Sederhana	136
Tabel 5.36 Hasil Koefisien Korelasi	137
Tabel 5.37 Hasil Koefisien Determinasi	138
Tabel 5.38 Hasil Uji T.....	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Empat Kategori Layanan.....	55
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	58
Gambar 4.1 Logo PT Pos Indonesia Pekanbaru	74
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Pos Indonesia Pekanbaru.....	75

