

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.1.1. Perkembangan Bisnis Hotel di Indonesia	1
1.1.2.RedDoorz Sebagai Virtual Hotel Operator.....	2
1.1.3. Strategi RedDoorz dalam Menjadi Virtual Hotel Operator Terbaik	3
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Rumusan Penelitian.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Definisi Merek Secara Umum.....	10
2.2. Kekuatan Merek (<i>Brand Power</i>).....	11
2.3. Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	12
2.4. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	13
2.5. Kredibilitas Merek (<i>Brand Credibility</i>).....	15
2.6. Reputasi Merek (<i>Brand Reputation</i>)	15
2.7. Kinerja Merek (<i>Brand Performance</i>).....	18
2.8. Penelitian Terdahulu	19
2.9. Pengembangan Hipotesis	21

2.9.1	Hubungan Kesadaran Merek dan Reputasi Merek	21
2.9.2	Hubungan Kredibilitas Merek dan Reputasi Merek	21
2.9.3	Hubungan Reputasi Merek dan Kinerja Merek	22
2.9.4	Hubungan Kesadaran Merek dan Kinerja Merek	23
2.9.5	Hubungan Kredibilitas Merek dan Kinerja Merek	24
2.10.	Kerangka Konseptual	25
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1.	Desain Penelitian.....	26
3.2.	Variabel dan Operasional Variabel (OV).....	26
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.3.1.	Populasi	29
3.3.2.	Sampel	29
3.4.	Metode Pengumpulan Data	30
3.5.	Lokasi Penelitian	30
3.6.	Metode Analisis Data	31
3.6.1.	Analisis Deskriptif Data Demografis	31
3.6.2.	Analisis Deskriptif Pengetahuan Responden Tentang Hotel RedDoorz	31
3.6.3.	Analisis Deskriptif Pengaruh Kesadaran Merek dan Kredibilitas Merek Terhadap Reputasi Merek.....	31
3.6.4.	Analisis Deskriptif Pengaruh Reputasi Merek Terhadap Kinerja Merek.....	32
3.6.5.	<i>Structural Equation Model (SEM) - Partial Least Square (PLS)</i>	32
3.6.6.	Analisa Outer Model	32
3.6.7.	Analisa Inner Model	33
3.6.8.	Uji Hipotesis	34
BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN		35
4.1.	Analisis Karakteristik Responden	35
4.1.1.	Pertanyaan Saringan.....	35
4.1.2.	Pertanyaan Demografis	37
4.1.3.	Pertanyaan Perilaku Responden.....	41
4.2.	Hasil Analisis Data.....	48
4.2.1.	Analisis Deskriptif Variabel Kesadaran Merek	49
4.2.2.	Analisis Deskriptif Variabel Kredibilitas Merek	50
4.2.3.	Analisis Deskriptif Variabel Reputasi Merek	50
4.2.4.	Analisis Deskriptif Variabel Kinerja Merek	51
4.2.5.	Hasil Metode Pengukuran.....	52

4.2.6. Hasil Metode Struktural dan Uji Hipotesis.....	55
4.3. Rangkuman Hasil Analisis Data	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	80

