

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL. ....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pembatasan Masalah .....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Komunikasi Pemasaran .....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.2 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	10
2.3 Ekuitas Merek .....	12
2.4 Kerangka Pikir .....	18
2.5 Hipotesis.....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Desain Penelitian .....	22
3.2 Objek Penelitian .....	22

3.3 Sumber Data .....	22
3.4 Populasi .....	23
3.5. Sampel.....	24
3.6 Metode Pengambilan Sampel.....	26
3.7 Metode Pengambilan Data .....	27
3.8 Deskripsi Operasional Variabel .....	27
3.9 Skala Pengukuran Variabel .....	30
3.10 Teknik Pengujian Instrumen .....	31
3.11 Teknik Analisis Data.....	32
3.12 Uji Hipotesis.....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 Hasil .....	40
4.1.1 Gambaran Umum Bank Permata Syariah .....	40
4.1.2 Visi dan Misi Bank Permata Syariah .....	41
4.1.3 Uji Validitas .....	42
4.1.4 Uji Realibilitas.....	47
4.1.5 Analisis Deskriptif.....	48
4.1.6 Uji Normalitas Data .....	50
4.1.7 Uji Multikolonieritas .....	51
4.1.8 Uji Heterokedesitas .....	53
4.1.9 Analisis Linear Berganda .....	54
4.1.10 Uji t-test.....	57

4.1.11 Uji F-test.....	60
4.1.12 Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	62
4.2 Pembahasan Penelitian .....	63
4.2.1 Pengaruh Iklan Terhadap Ekuitas Merek .....	63
4.2.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Ekuitas Merek .....	64
4.2.3 Pengaruh Acara Terhadap Ekuitas Merek.....	64
4.2.4 Pengaruh Penjualan Pribadi Terhadap Ekuitas Merek.....	65
4.2.5 Pengaruh Hubungan Masyarakat Terhadap Ekuitas Merek .....	65
4.2.6 Pengaruh Pemasaran Langsung Terhadap Ekuitas Merek .....	66
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Rekening Bank permata Syariah Cabang Palang Merah Medan .	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	28
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	30
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Iklan (X1).....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Promosi Penjualan (X2).....	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Acara (X3) .....	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Penjualan Personal (X4).....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Hubungan Masyarakat (X5).....	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Pemasaran Langsung (X6).....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Ekuitas Merek (Y).....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel.....	47
Tabel 4.9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	48
Tabel 4.10 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	52
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas .....	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji t.....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	50
Gambar 4.2 Grafik <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i> .....	51
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas <i>Scatter-plot</i> .....	54

