

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul Dalam</b> .....	<b>i</b>
<b>Halaman Pernyataan</b> .....	<b>ii</b>
<b>Halaman Persetujuan Skripsi</b> .....	<b>iii</b>
<b>Halaman Pengesahaan Kelulusan Skripsi</b> .....	<b>iv</b>
<b>Riwayat Hidup</b> .....	<b>v</b>
<b>Halaman Persembahan</b> .....	<b>vi</b>
<b>Motto</b> .....	<b>viii</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>ix</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>x</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>xi</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>xiii</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>xviii</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>xx</b>
<b>Daftar Lampiran</b> .....	<b>xxi</b>
<b>BAB I Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	13
1.3.1 Ruang lingkup subjek .....	13
1.3.2 Ruang Lingkup Objek .....	13
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat .....	13
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu .....	13
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian .....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	13

1.5 Manfaat Penelitian .....	13
1.5.1 Bagi Peneliti .....	13
1.5.2 Bagi Perusahaan.....	14
1.5.3 Bagi Institusi .....	14
1.6 Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB I Pendahuluan .....</b>	<b>14</b>
<b>BAB II Landasan Teori.....</b>	<b>14</b>
<b>BAB III Metode Penelitian.....</b>	<b>14</b>
<b>BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....</b>	<b>15</b>
<b>BAB V Simpulan dan Saran .....</b>	<b>15</b>
<b>BAB II Landasan Teori .....</b>	<b>16</b>
2.1 Merek ( <i>Brand</i> ).....	16
2.1.1 Defenisi Dan Prespektif Merek.....	16
2.1.2 Manfaat Merek.....	17
2.2 <i>Brand Equity</i> .....	17
2.2.1 Definisi <i>Brand Equity</i> .....	17
2.2.2 Elemen <i>Brand Equity</i> .....	18
2.3 <i>Brand Awareness</i> .....	18
2.3.1 Definisi <i>Brand awareness</i> .....	18
2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Brand awareness</i> .....	20
2.3.3 Indikator <i>Brand awareness</i> .....	21
2.4 Penelitian Terdahulu .....	23
2.5 Kerangka Pemikiran .....	25
<b>BAB III Metode Penelitian.....</b>	<b>27</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	27
3.2 Sumber Data .....	27

3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.4 Populasi dan Sampel .....	28
3.4.1 Populasi .....	28
3.4.2 Sampel .....	28
3.5 Variabel Penelitian .....	29
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	29
3.7 Metode Analisis Data .....	29
<b>BAB IV Hasil Dan Pembahasan .....</b>	<b>30</b>
4.1 Deskripsi Data .....	30
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	30
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Pembelian .....	30
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Mengunjungi Sebanyak .....	31
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	33
4.1.2 Hasil Uji Deskripsi Responden .....	34
4.1.2.1 Analisis <i>Top Of Mind</i> .....	34
4.1.2.2 Analisis <i>Brand Recall</i> .....	35
4.1.2.3 Analisis <i>Brand Recognition</i> .....	36
4.1.2.4 Analisis <i>Unaware of Brand</i> .....	37
4.1.2.5 Sumber Media atau Informasi .....	38
<b>BAB V Simpulan dan Saran .....</b>	<b>39</b>
5.1 Simpulan .....	39
5.2 Saran .....	39
Daftar Pustaka .....	
Lampiran .....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Es Teh Indonesia Cabang Kedaton Bandar Lampung Tahun 2022 .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	29
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Pembelian .....	30
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Mengunjungi .....	31
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	33
Tabel 4.5 Analisis <i>TopOf Mind</i> .....	34
Tabel 4.6 Analisis <i>Brand Recall</i> .....	35
Tabel 4.7 Analisis <i>Brand Recognition</i> .....	37
Tabel 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Sumber Media/Informasi .....	38

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Merek Minuman Teh Kekinian Yang Sering di Konsumsi .....	4
Gambar 1.2 Data Tren Pengguna Media Sosial Indonesia Tahun 2022 .....	10
Gambar 1.3 Media sosial yang paling banyak dipakai penduduk Indonesia ...	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	25
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Mengunjungi .....	31
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	33
Gambar 4.4 Analisis <i>Top Of Mind</i> .....	34
Gambar 4.5 Analisis <i>Brand Recall</i> .....	36

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1 Kuesioner**

**Lampiran 2 Jawaban Responden**