

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN ORISINILITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTO.....	vii
ABSTRACT	Viii
PRAKATA.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8

1.6 Sistematika Penulisan	8
---------------------------------	---

BAB II LANDASAN TEORI

1.1 Merek (Brand).....	10
2.1.1 Definisi Merek (Brand).....	10
2.1.2 Manfaat Merek	11
2.1.3 Strategi Merek.....	13
2.2 Brand Equity (Ekuitas Merek)	14
2.2.1 Pengertian Brand Equity (Ekuitas Merek).....	14
2.2.2 Manfaat Brand Equity (Ekuitas Merek).....	15
2.2.3 Elemen Brand Equity (Ekuitas Merek).....	16
2.3 Brand Awareness (Kesadaran Merek)	17
2.3.1 Pengertian Brand Awareness (Kesadaran Merek)	17
2.3.2 Manfaat Brand Awareness.....	19
2.3.3 Tingkatan Brand Awareness.....	21
2.4 Penelitian Terdahulu	23
2.5 Kerangka Pemikiran.....	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Sumber Data.....	25
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.4 TeknikPengumpulan Data.....	26
3.4.1 Kuesioner	26
3.5 Populasi Dan Sampel	26
3.5.1 Populasi.....	26

3.5.2 Sampel	26
3.6 Variabel Penelitian.....	28
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.8 Metode Analisis Deskriptif.....	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data.....	30
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	30
4.2.1 Deskripsi Jawaban Responden.....	30
4.3 Hasil Analisis Data	34
1. ToF Of Mind.....	33
2. Brand Recall	35
3. Brand Recognition	36
4. Unaware Of Brand.....	37
4.4 Pembahasan.....	39

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	42
5.2 Saran	42
5.2.1 Bagi Produk Garnier Micellar Water.....	42
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	42

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Kriteria pemilihan sampel.....	27
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	28

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Piramida Awareness.....	21
2.2 Kerangka Pemikiran.....	22
2.3 Model Penelitian	35
4.1 Karakteristik responden berdasarkan pertanyaan Apakah anda mengetahui Garnier Micellar Water ?.....	27
4.2 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	28
4.3 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	29
4.4 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan Responden	30
4.5 Karakteristik responden berdasarkan Pengeluaran Responden.	31
4.6 Merek Produk Micellar Water apa yang pertama kali anda ingat ?.....	33
4.7 Setelah Merek diatas, merek micellar water apa yang anda ingat	34
4.8 Dari manakah anda mengenal merek Garnier Micellar Water	35
4.9 Saya.....Merek Garnier Micellar Water.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Angket Penelitian Kuesioner

Lampiran 2 : Hasil Jawaban Responden

