

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	2
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Merek (Brand)	11
2.1.1 Manfaat Merek	12
2.1.2 Strategi Merek.....	14
2.2 Brand Awareness	15
2.2.1 Pengertian Brand Awareness	15
2.2.2 Manfaat Brand Awareness.....	17
1.2.3 Tingkatan Brand Awareness.....	18
2.3 Penelitian Terdahulu	21
2.3.1 Indikator Brand Awareness	24
2.4 Kerangka Pemikiran	24
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	26

3.2 Sumber Data	26
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.4 Populasi dan Sampel.....	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel	27
3.5 Definisi Operasional Variabel	28
3.6 Uji Persyaratan Instrumen	29
3.6.1 Pengertian Uji Validitas.....	29
3.6.2 Pengertian Uji Realibilitas	30
3.7 Metode Analisis Data	30
3.7.1 Metode Cochran Q Test.....	30
3.7.2 Pengujian Hipotesis	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data.....	33
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	33
4.2 Deskripsi Jawaban Responden	35
4.3 Hasil Uji Peryaratan Instrumen.....	38
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	38
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	42
4.4 Hasil Analisis Data.....	43
4.4.1 Pengujian I	43
4.4.2 Pengujian II.....	44
4.4.2 Pengujian III	46
4.5 Pembahasan	49

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Coffee Shop atau Café di Kota Metro	4
Tabel 1.2 Kuisisioner Pra Survey Brand Awareness	5
Tabel 2.3.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Kriteria Pemilihan Sampel	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2 Indeks Korelasi	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden.....	35
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Brand Awareness	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.7 Hasil Uji I Cochran Q Test	43
Tabel 4.8 Hasil Uji II Cochran Q Test	45
Tabel 4.9 Hasil Uji III Cochran Q Test.....	46
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Cochran Q Test Brand Awareness	47
Tabel 4.11 Daftar Rangkang Atribut-Atribut Brand Awareness	48

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness	19
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	25