

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Konsep Merek (<i>Brand</i>)	10
1. Pengertian Merek (Brand)	10
2. Manfaat Merek	13
B. Pengertian Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	14
C. Dimensi Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	17
1. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	17
2. Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)	19
3. Kesan Kualitas (<i>Preceived Quality</i>)	23
4. Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	27
D. Penelitian Terdahulu	31
E. Kerangka Pikir	34
III. METODE PENELITIAN	
A. Tipe Penelitian	37
B. Ruang Lingkup Penelitian	37
C. Definisi Konseptual	38
D. Definisi Operasional	38
E. Populasi dan Sampel	45
1. Populasi	45
2. Sampel	46
F. Sumber Data	48
G. Teknik Pengumpulan Data	49
H. Teknik Analisis Data	50

1. Teknik Pengolahan Data	50
2. Analisis Data	50
3. Teknik Skala Pengukuran	51
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	52
B. Hasil dan Pembahasan <i>Brand Equity</i>	55
1. Analisis Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	55
1. <i>Top Of Mind</i> (Puncak pikiran)	55
2. <i>Brand recall</i>	57
3. <i>Brand Recognition</i>	59
4. <i>Unware Brand</i>	61
2. Analisis Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)	63
a. <i>Brand Association</i> “Image Produk yang baik”	63
b. <i>Brand Association</i> “Dapat memenuhi kebutuhan”	65
c. <i>Brand Association</i> “Merek terkenal”	67
d. <i>Brand Association</i> “Harga mahal”	69
e. <i>Brand Association</i> “Mudah didapat”	71
3. Analisis Kesan Kualitas (<i>Perceived quality</i>)	76
a. Kesan kualitas pembalut yang tidak mudah bocor	76
b. Kesan kualitas pembalut yang tidak mudah berkerut	77
c. Kesan kualitas pembalut yang nyaman digunakan	79
d. Kesan kualitas pembalut yang tidak memiliki cacat	80
e. Kesan kualitas pembalut yang kualitas konsisten	81
4. Analisis Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	84
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
a. Kesimpulan	89
b. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	