

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Persentase Penjualan Produk Pembalut Wanita.....	5
3.1 Definisi operasional .....	41
3.2 Sebaran Distribusi Responden .....	47
4.1 Karakteristik Berdasarkan Hobi .....	52
4.2 Karakteristik Berdasarkan Daerah Asal .....	53
4.3 <i>Top Of Mind</i> .....	56
4.4 <i>Brand Recall</i> .....	58
4.5 <i>Brand recognition</i> .....	60
4.6 <i>Brand Association</i> “Image Produk yang baik” .....	64
4.7 <i>Brand Association</i> “Dapat memenuhi kebutuhan” .....	66
4.8 <i>Brand Association</i> “Merek terkenal” .....	68
4.9 <i>Brand Association</i> “Harga mahal” .....	69
4.10 Harga pembalut di Chandra Superstore .....	70
4.11 <i>Brand Association</i> “Mudah Didapat” .....	72
4.12 Ringkasan nilai rata-rata Asosiasi merek .....	74
4.13 Kesan kualitas pembalut yang tidak mudah bocor .....	77
4.14 Kesan kualitas pembalut yang tidak mudah berkerut .....	78
4.15 Kesan kualitas pembalut yang nyaman digunakan .....	79
4.16 Kesan kualitas pembalut yang tidak memiliki cacat .....	81
4.17 Kesan kualitas pembalut yang kualitas konsisten .....	82
4.18 Ringkasan nilai persentase kesan kualitas .....	83
4.19 Loyalitas Merek Pembalut .....	85
4.20 Alasan responden .....	87