DAFTAR TABEL

Halaman

1.1 Persentase Penjualan Produk Kategori Pelicin Pakaian 6
1.2 Persentase Penjualan Produk Kategori Pewangi dan Pelembut 7
2.1 Penelitian Terdahulu 39
3.1 Definisi Operasional Variabel 47
3.2 Hasil Uji Validitas Pertama 55
3.3 Hasil Uji Validitas Kedua 56
3.4 Hasil Uji Validitas Akhir 57
3.5 Hasil Uji Reabilitas 59
4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Intensitas Pemakaian Pewangi Merek Molto 63
4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 64
4.3 Distribusi Responden BerdasarkanUsia 65
4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Fakultas 65
4.5 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merek 67
4.6 Penilaian Responden Terhadap Variabel Asosiasi Merek 69
4.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel Persepsi Kualitas 72
4.8 Penilaian Responden Terhadap Variabel Perluasan Merek 76
4.9 Penilaian Responden Terhadap Variabel Loyalitas Merek 79
4.10 Evaluasi Kriteria Indeks Kesesuaian Model Struktural Variabel Kesadaran Merek 84
4.11 Evaluasi Kriteria Indeks Kesesuaian Model Struktural Variabel Asosiasi Merek 85
4.12 Evaluasi Kriteria Indeks Kesesuaian Model Struktural Variabel Persepsi Kualitas 86
4.13 Evaluasi Kriteria Indeks Kesesuaian Model Struktural Variabel Perluasan Merek 87
4.14 Evaluasi Kriteria Indeks Kesesuaian Model Struktural Variabel Loyalitas Merek 88
4.15 Evaluasi Model Struktural 89
4.16 Hasil Pengujian Hipotesis 94
4.17 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis 95