

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Landasan Teori	9
1. Merek	9
2. Ekuitas Merek (Brand Equity)	10
a. Kesadaran Merek (Brand Awareness).....	12
b. Asosiasi Merek (Brand Association).....	15
c. Persepsi Kualitas (Perceived Quality)	18
d. Loyalitas Merek (Brand Loyalty).....	21
F. Tinjauan Empiris.....	23
G. Kerangka Pemikiran	28
H. Definisi Konsep dan Definisi Operasional	28
1. Definisi Konsep.....	28
a. Merek.....	28
b. Brand Equity.....	28
c. Brand Awareness.....	28
d. Brand Association	29
e. Perceived Quality	29
f. Brand Loyalty.....	29
2. Definisi Operasional.....	29
a. Brand Awareness.....	29
b. Brand Association	30
c. Perceived Quality	31
d. Brand Loyalty.....	32

I. Metode Penelitian	33
1. Tipe Penelitian	33
2. Lokasi Penelitian.....	33
3. Sumber Data.....	34
4. Teknik Pengumpulan Data.....	34
5. Populasi dan Sampel	34
6. Teknik Sampling	35
7. Pengukuran Validitas dan Realibitas Instrumen	36
a. Uji Validitas	36
b. Uji Reliabilitas.....	36
8. Teknik Analisis Data.....	37
 BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	45
A. Sejarah Pendirian Perusahaan	45
1. Latar Belakang PT Indofood Sukses Makmur Tbk.....	45
2. Visi Misi Perusahaan	48
B. Struktur Organisasi Perusahaan	49
C. Bidang Usaha Perusahaan.....	51
 BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	52
A. Karakteristik Responden.....	52
1. Jenis Kelamin	52
2. Usia	53
3. Universitas	54
B. Hasil Uji Instrumen.....	54
C. Analisis Statistik Deskriptif.....	56
1. Brand Awareness	56
a. Top Of Mind.....	56
b. Brand Recall	57
c. Brand Recognition.....	59
d. Brand Unaware.....	60
2. Brand Association	61
3. Perceived Quality	63
a. Tanggapan Responden Tenntang Bentuk Kemasan.....	64
b. Tanggapan Responden Tentang warna Kemasan Mie Instan Indomie.....	65
c. Tanggapan Responden Tentang Lamanya Wangi Mie Instan Indomie.....	66
d. Tanggapan Responden Tentang Kualitas Mie Instan Indomie	67
e. Tanggapan Responden Tentang aman Bagi Kesehatan	69
4. Brand Loyalty	71

a. Analisis switcher buyer	71
b. Analisis Habitual Buyer	72
c. Analisis Satisfied Buyer	74
d. Analisis Likes The Brand	75
a. Analisis Committed Buyer	77
b. Importance Performance Analysis.....	80
D. Pembahasan	84
BAB IV PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90