

## DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	9
1.4 Sistematika Penulisan .....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Merek .....	12
2.1.2 <i>Brand Awareness</i> .....	13
2.1.3 Persepsi Kualitas .....	15
2.1.4 Ketersediaan Produk .....	17
2.1.5 <i>Product knowledge</i> .....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	20

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	23
2.4 Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	25
3.1.1 Variabel Penelitian .....	25
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.2 Populasi dan Sampel .....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	30
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	31
3.5 Metode Analisis Data .....	31
3.5.1 Uji Instrumen Pengumpulan Data.....	31
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.5.2.1 Uji Multikolonieritas .....	32
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	33
3.5.2.3 Uji Normalitas .....	33
3.5.3 Analisis Linear Berganda.....	34
3.5.4 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	35
3.5.4.1 Koefisien Determinasi.....	35
3.5.4.2 Uji Kelayakan Model .....	35
3.5.4.3 Uji Parsial (Uji t).....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	37
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	37
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	38
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian.....	38
4.1.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
4.1.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	39
4.1.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	40
4.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	40
4.1.3.1 Analisis Indeks Jawaban Variabel Persepsi Kualitas .....	42
4.1.3.2 Analisis Indeks Jawaban Variabel Ketersediaan Produk .....	44
4.1.3.3 Analisis Indeks Jawaban Variabel <i>Product Knowledge</i> .....	45

4.1.3.4 Analisis Indeks Jawaban Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	47
4.2 Analisis Data .....	48
4.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas .....	48
4.2.1.1 Uji Validitas .....	48
4.2.1.2 Uji Realibilitas .....	50
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	51
4.2.2.1 Uji Multikolinearitas .....	51
4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	52
4.2.2.3 Uji Normalitas .....	53
4.2.3 Uji Regresi Linier Berganda .....	54
4.2.4 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	56
4.2.4.1 Uji Kelayakan Model .....	56
4.2.4.2 Uji Koefisien Determinasi .....	57
4.2.4.3 Uji Parsial t .....	58
4.3 Intepretasi Hasil dan Pembahasan.....	59
4.3.1 Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	59
4.3.2 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	60
4.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	60
BAB V PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan . .....	61
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	62
5.3 Implikasi Kebijakan .....	63
5.3 Agenda Penelitian Mendatang .....	65
DAFTAR PUSTAKA .....	66
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	70