

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..	i
HALAMAN PERSETUJUAM PEMBIMBING..	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN..	iv
PERNYATAAN KEASLIAM KARYA ..	v
PERNYATAAN UNGGAH KARYA TULIS ..	vi
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL ..	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN ..	xvii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang ..	1
B. Rumusan Masalah ..	4
C. Tujuan Penelitian ..	5
D. Manfaat Penelitian ..	5
1. Bagi Penulis dan Peneliti.....	5
2. Bagi Pihak Perusahaan ..	5
3. Bagi Akademis ..	6
E. Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
A. Manajemen Pemasaran.....	8

B. Pengertian Produk .....	9
1. Atribut Produk.....	10
a. Kualitas Produk .....	10
b. Fitur Produk.....	10
c. Desain Produk .....	11
d. Merek.....	11
e. Pengemasan .....	12
1) Penggunaan Warna dalam Pengemasan .....	13
2) Desain dan Isyarat Bentuk dalam Pengemasan .....	13
3) Ukuran Pengemasan .....	14
4) Bahan Fisik dalam Kemasan .....	14
f. Pelabelan. ....	14
2. Mengevaluasi Kemasan Melalui Model VIEW .....	15
a. V=Visibility.....	15
b. I=Information .....	15
c. E=Emosional Appeal.....	15
d. W=Workability.....	15
3. Pengertian Merek .....	15
4. Ekuitas Merek .....	16
a. Kesadaran Merek.....	17
1) Puncak Pemikiran (top of mind) .....	18
2) Mengingat Kembali Merek(brand recall).....	18
3) Mengenali Merek(Brand recognition).....	19
4) Tidak Sadar Merek(unaware brand).....	19
b. Presepsi Merek .....	19
c. Asosiasi-Asosiasi Merek .....	19
d. Loyalitas Merek.....	20
1) <i>Indifferent</i> .....	20
2) <i>No reason change</i> .....	20
3) Pertimbangan <i>opportunity cost</i> .....	20
4) Menyukai Merek .....	20

5) Komitmen.....	21
5. Hubungan Kemasan terhadap Loyalitas Merek .....	22
6. Hubungan Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Merek.....	23
7. Penelitian Terdahulu .....	24

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	31
B. Ukuran Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
C. Jenis Data Penelitian. ....	33
D. Teknik Pengumpulan data.....	33
E. Variabel Operasional dan Pengukurannya.....	34
1. Variabel Operasional .....	34
2. Pengukuran. ....	35
3. Skala Penelitian.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	38
1. Uji Validitas .....	38
2. Uji Reliabilitas .....	38
3. Statistik Deskriptif .....	39
4. Koefisien Determinasi .....	39

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Demografi Responden .....	40
B. Uji Validitas.....	44
C. Uji Realibilitas .....	45
D. Analisis Deskriptif .....	45
E. Uji Koefisien Determinasi .....	48
F. Pembahasan .....	48

### **BAB VPENUTUP**

A. Simpulan.....	50
B. Implikasi Manejerial.....	51

C. Saran Bagi Penelitian..... 53

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award 2016 .....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2 Umur .....	41
Tabel 4.3 Jenis Pekerjaan.....	42
Tabel 4.4 Pendapatan .....	42
Tabel 4.5 Pembelian Susu per bulan .....	43
Tabel 4.6 Uji Validitas .....	44
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 4.8 Kemasan Produk ( <i>analisis deskriptif</i> ).....	45
Tabel 4.9 Kesadaran Merek ( <i>analisis deskriptif</i> ).....	46
Tabel 4.10 Loyalitas Merek ( <i>analisis deskriptif</i> ).....	47
Tabel 4.211 Koefisien Determinasi .....	48

## **DAFTAR GAMBAR**

Daftar Gambar 2.1 Dimensi Ekuitas Merek.....	17
Daftar Gambar 2.2 Level Kesadarn Merek .....	18

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Hasil *Output SPSS*

Lampiran 4 Fotocopy Agenda Pembimbingan