

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Pepsi dari Tahun 1898 sampai 2005 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 1. 2 Logo Pepsi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 1. 3 Trend Pertumbuhan Minuman Ringan 2004-2015.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2. 1 Piramida Kesadaran Merek .....	24
Gambar 2. 2 Nilai Kesadaran Merek.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian .....	51
Gambar 3. 2 Persentase dalam Garis Kontinum .....	61
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	69
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	70
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Bulanan .....	71
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Media .....	72
Gambar 4. 6 Posisi Variabel Iklan (X1) pada Garis Kontinum .....	75
Gambar 4. 7 Posisi sub Variabel Promosi Penjualan (X2) pada Garis Kontinum	77
Gambar 4. 8 Posisi sub Variabel Acara dan pengalaman (X3) pada Garis Kontinum .....	78
Gambar 4. 9 Tabel Distribusi Jawaban Responden Mengenai sub Variabel Hubungan Masyarakat (X4).....	80
Gambar 4.10 Posisi sub Variabel Pemasaran Langsung (X5) pada Garis Kontinum .....	82
Gambar 4.11 Posisi sub Variabel Pemasaran Interaktif (X6) pada Garis Kontinum .....	83
Gambar 4.12 Posisi sub Variabel Pemasaran dari Mulut ke Mulut (X7) pada Garis Kontinum .....	85
Gambar 4.13 Posisi sub Variabel Penjualan Pribadi (X8) pada Garis Kontinum.	87
Gambar 4.14 Posisi sub Variabel KPT (X) pada Garis Kontinum .....	89

Gambar 4.15 Posisi sub Variabel Kesadaran Merek (Y) pada Garis Kontinum...	92
Gambar 4.16 Histogram .....	94
Gambar 4.17 Grafik Normal P-P Plot of Regression Stdanardized Residual .....	95
Gambar 4.18 Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot) .....	98

