

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang Penelitian	3
1.3. Rumusan Masalah	14
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Kegunaan Penelitian	15
1.5.1. Aspek Teoritis	15
1.5.2. Aspek Praktis	15
1.6. Sistematika Penulisan	15
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Pemasaran	17
2.1.1. Komunikasi Pemasaran Terpadu	17
2.1.2. Dimensi Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	18
2.2. Merek	20
2.2.1. Brand Ekuitas.....	21
2.2.2. Dimensi Brand Ekuitas.....	21
2.2.3. Kesadaran Merek	22
2.2.4 Dimensi Kesadaran Merek.....	23
2.3. Pengaruh Komunikasi Terpadu terhadap Brand Awareness	24
2.4. Penelitian Terdahulu	26
2.5. Kerangka Pemikiran	42
2.6. Hipotesis Penelitian	44
2.9. Ruang Lingkup Penelitian.....	44
BAB III. Metode Penelitian	45
3.1. Jenis Penelitian.....	45
3.2. Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	46
3.2.1. Variabel Operasional	46

3.2.2. Skala Pengukuran.....	49
3.3. Tahapan Penelitian.....	50
3.4. Populasi dan Sampel.....	50
3.4.1. Populasi.....	50
3.4.2. Sampel.....	51
3.5. Pengumpulan Data.....	52
3.5.1. Sumber Data.....	52
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
3.7.1. Uji Validitas.....	53
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	55
3.7. Teknik Analisis Data.....	57
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	57
3.7.2. Method of Succesive Interval (MSI).....	58
3.7.3. Uji Asumsi Klasik.....	59
3.7.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
3.7.5. Pengujian Hipotesis.....	61
3.7.6. Koefisien Determinasi.....	62
BAB IV. Hasil Penelitian Penelitian.....	63
4.1. Karakteristik Responden.....	63
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	63
4.1.2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.1.3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	65
4.1.3. Karakteristik Berdasarkan penghasilan perbulan.....	65
4.1.3. Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	66
4.2. Hasil Penelitian.....	66
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	67
4.2.2 Method Successful Interval (MSI).....	93
4.2.3. Uji Asumsi klasik.....	93
4.2.4. Hasil Regresi Linier Berganda.....	97
4.3. Uji Hipotesis.....	99
4.3.1 Uji Hipotesis secara Simultan.....	99
4.3.2 Uji Hipotesis secara Parsial.....	101
4.3.3 Koefisien Determinasi.....	104

4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	106
BAB IV. Kesimpulan dan Saran.....	109
5.1. Kesimpulan	110
5.2. Saran	110
5.2.1 Saran bagi Perusahaan	110
5.2.2 Saran bagi Akademis	111