

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1.1. Sejarah Perusahaan</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2. Latar Belakang</b> .....	<b>2</b>
<b>1.3. Identifikasi Masalah</b> .....	<b>10</b>
<b>1.4. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>10</b>
<b>1.5. Kegunaan Penelitian</b> .....	<b>11</b>
<b>1.5.1. Kegunaan Teoritis</b> .....	<b>11</b>
<b>1.5.2. Kegunaan Praktis</b> .....	<b>11</b>
<b>1.6. Waktu dan Periode Penelitian</b> .....	<b>11</b>
<b>2.1. Tinjauan Teori</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2.1. Komunikasi Pemasaran</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2.2. Positioning</b> .....	<b>14</b>
<b>2.2.3. Brand</b> .....	<b>18</b>
<b>2.2.4. Brand Equity</b> .....	<b>19</b>
<b>2.2.5. Brand Awareness</b> .....	<b>23</b>
<b>2.2.6 Hubungan antara Positioning dan Brand awareness</b> .....	<b>24</b>
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>25</b>
<b>2.3 Kerangka Penelitian</b> .....	<b>33</b>
<b>2.4 Hipotesis Penelitian</b> .....	<b>35</b>
<b>2.5 Ruang Lingkup Penelitian</b> .....	<b>35</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian</b> .....	<b>36</b>
<b>3.2 Paradigma Penelitian</b> .....	<b>36</b>
<b>3.3 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran</b> .....	<b>37</b>
<b>3.3.1 Operasional Variabel</b> .....	<b>37</b>
<b>3.3.2 Skala Pengukuran</b> .....	<b>41</b>
<b>3.4 Populasi dan Sampel</b> .....	<b>42</b>
<b>3.4.1 Populasi</b> .....	<b>42</b>
<b>3.4.2 Sampel</b> .....	<b>43</b>
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>44</b>

3.5.1 Data Primer.....	44
3.5.2 Data Sekunder.....	45
3.6 Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	45
3.6.1 Uji Validitas .....	45
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.7 Teknik Analisis Data .....	49
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	49
3.7.2 <i>Method Successive Interval</i> .....	50
3.8 Uji Asumsi Klasik .....	51
3.8.1 Uji Normalitas .....	52
3.10 Uji Hipotesis (Uji t).....	54
3.12 Koefisien Determinasi .....	55
4.1 Pengumpulan Data.....	57
4.2 Karakteristik Responden .....	57
.....	61
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapat .....	62
4.3 Analisis Deskriptif.....	62
4.3.1 Variabel <i>Positioning</i> Lemonilo.....	62
4.3.2 Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	80
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	86
4.4.1 Uji Normalitas .....	86
4.5 Uji Korelasi Pearson Product Moment.....	89
4.6 Uji Hipotesis (Uji T) .....	90
4.7 Uji Regresi Linear Sederhana .....	90
4.8 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	92
4.9 Analisis dan Pembahasan.....	92
4.9.1 Hubungan Antara <i>Positioning</i> Mi Lemonilo dan <i>Brand Awareness</i> .....	92
4.9.2 Pengaruh Antara <i>Positioning</i> Mi Lemonilo dan <i>Brand Awareness</i> .....	93
5.1 Kesimpulan .....	97
5.2 Saran.....	97
5.2.1 Saran Teoritis .....	97
5.2.2 Saran Praktis .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>