

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1    Gambaran Umum.....	1
1.1.1    Profil Perusahaan Scarlett Whitening .....	1
1.1.2    Logo Perusahaan.....	1
1.1.3    Produk dan Layanan Scarlett Whitening .....	2
1.1.4    Profil Perusahaan Somethinc .....	2
1.1.5    Logo Perusahaan.....	3
1.1.6    Produk dan Layanan .....	3
1.2    Latar Belakang Masalah.....	4
1.3    Perumusan Masalah.....	9
1.4    Tujuan penelitian.....	10
1.5    Manfaat Peneltian.....	10
1.5.1    Manfaat Penelitian Praktis .....	10
1.5.2    Manfaat Penelitian Teoritis .....	10
1.6    Sistematika Penelitian Tugas Akhir.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12

2.1	Pemasaran.....	12
2.2	Brand (Merek).....	12
2.3	<i>Brand Equity</i> .....	13
2.4	Dimensi <i>Brand Equity</i> .....	13
2.4.1	<i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	13
2.4.2	<i>Brand Loyalty</i> .....	14
2.4.3	<i>Brand Association</i> (Asosiasi Merek) .....	15
2.4.4	<i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas) .....	17
2.5	Penelitian Terdahulu.....	18
2.6	Kerangka Pemikiran.....	32
2.7	Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN .....		34
3.1	Jenis Penelitian.....	34
3.2	Operasional Variabel .....	34
3.2.1	Variabel Penelitian .....	34
3.3	Skala Pengukuran.....	38
3.4	Populasi dan Sampel .....	38
3.4.1	Populasi.....	38
3.4.2	Sampel.....	39
3.5	Pengumpulan data dan sumber data .....	39
3.5.1	Data yang diperlukan .....	39
3.5.2	Sumber data .....	39
3.5.3	Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	40
3.6.1	Uji Validitas .....	40
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	40
3.7	Teknik Analisis Data .....	41

3.7.1	Analisis deskriptif.....	41
3.7.2	Uji Normalitas.....	42
3.7.3	Independent Sample T-test.....	42
3.7.4	Uji Beda Mann-Whitney.....	42
3.7.5	Pengujian Hipotesis .....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Karakteristik Responden .....	45
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	47
4.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	48
4.2.1	Hasil Uji Validitas .....	48
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	50
4.3	Teknik Analisis Data .....	51
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif.....	51
4.3.2	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Brand Awareness</i> Somethinc dan Scarlett Whitening.....	51
4.3.3	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Brand Loyalty</i> Somethinc dan Scarlett Whitening.....	55
4.3.4	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Brand Association</i> Somethinc dan Scarlett Whitening.....	57
4.3.5	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Perceived Quality</i> Somethinc dan Scarlett Whitening.....	60
4.3.6	Hasil Uji Normalitas .....	62
4.3.7	Hasil Uji Mann-Whitney.....	63
4.3.8	Hasil Pengujian Hipotesis .....	64
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian .....	65

4.4.1	Perbedaan Dimensi <i>Brand Awareness</i> .....	65
4.4.2	Perbedaan Dimensi <i>Brand Loyalty</i> .....	66
4.4.3	Perbedaan Dimensi <i>Brand Association</i> .....	66
4.4.4	Perbedaan Dimensi <i>Perceived Quality</i> .....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran.....	68
5.2.1	Saran Praktis .....	68
5.2.2	Saran Akademis .....	69
REFERENCES .....		70
LAMPIRAN.....		73