

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Pernyataan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan Telah Diuji	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii
Abstract	xiv
BAB I. Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penelitian	13
BAB II. Tinjauan Pustaka	16
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	16
2.1.1 Penelitian Pertama	16
2.1.2 Penelitian Kedua	17
2.1.3 Penelitian Ketiga	18
2.2 Landasan Teori	21
2.2.1 Peranan Merek (<i>Brand</i>)	21
2.2.2 Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	23
2.2.2.1 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	25
2.2.2.2 Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)	27
2.2.2.3 Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	29

2.2.2.4 Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	30
2.3 Dampak Ekuitas Merek	34
2.4 Definisi Es krim	35
2.5 Hipotesis	36
 BAB III. Metode Penelitian	 38
3.1 Pendekatan Penelitian	38
3.2 Rancangan Penelitian	38
3.2.1 Identifikasi Variabel	38
3.3 Definisi Operasional Variabel	39
3.3.1 <i>Brand Equity</i>	39
3.3.1.1 <i>Brand Awareness</i>	39
3.3.1.2 <i>Brand Association</i>	40
3.3.1.3 <i>Perceived Quality</i>	41
3.3.1.4 <i>Brand Loyalty</i>	41
3.4 Penentuan Populasi dan Sampel	42
3.5 Metode Pengumpulan Data	43
3.6 Skala Pengukuran Data	44
3.6.1 Skala Likert	44
3.7 Teknik Analisis Data	45
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	47
 BAB IV. Gambaran Umum Obyek Penelitian	 48
4.1 PT Campina Ice Cream Industry	48
4.1.1 Sejarah Perusahaan	48
4.1.2 Visi dan Misi	51
4.1.3 Logo Campina	51
4.1.4 Komitmen	51
4.1.5 Varian Produk Es krim Campina	52
4.2 PT Unilever (Wall's Ice Cream)	53
4.2.1 Sejarah Perusahaan	53

4.2.2 Logo Wall's	55
4.2.3 Varian Produk Es krim Wall's	55
BAB V. Analisis Dan Pembahasan Hasil Penelitian	57
5.1 Deskripsi Hasil Penelitian	57
5.2 Karakteristik Responden	57
5.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	59
5.3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Campina.....	59
5.3.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Wall's	61
5.4 Perbandingan Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	63
5.5 Perbandingan Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)	64
5.6 Perbandingan Persepsi Kualitas (<i>Percived Quality</i>)	65
5.7 Perbandingan Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	66
5.8 Perbandingan Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	67
5.9 Pembahasan	67
BAB VI. Kesimpulan dan Saran	70
6.1 Kesimpulan	70
6.2 Saran	72
 Daftar Kepustakaan	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 : Pengeluaran Penduduk Indonesia untuk es krim 2007-2010..	3
Tabel I.2 : Produsen es krim di Indonesia Tahun 2003	3
Tabel I.3 : Posisi Persaingan es krim Campina dan Wall's	4
Tabel I.4 : Syarat Mutu Es Krim	5
Tabel I.5 : Perbandingan Nilai Gizi es krim Campina dan Wall's	6
Tabel I.6 : Perbandingan Harga Es Krim Campina dan Es Krim Wall's.	8
Tabel IV.1 : Produk Es krim Campina	52
Tabel IV. 2 : Produk Es krim Wall's	55
Tabel V.1 : Karakteristik Responden	58
Tabel V.2 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Campina	58
Tabel V.3 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Wall's	60
Tabel V.4 : Hasil Uji beda t-test pada sub-variabel <i>Brand Awareness</i> ...	62
Tabel V.5 : Hasil Uji beda t-test pada sub-variabel <i>Brand Association</i> ..	63
Tabel V.6 : Hasil Uji beda t-test pada sub-variabel <i>Perceived Quality</i> ...	64
Tabel V.7 : Hasil Uji beda t-test pada sub-variabel <i>Brand Loyalty</i>	65
Tabel V.8 : Hasil Uji beda t-test pada sub-variabel <i>Brand Equity</i>	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I.1 : Peningkatan Populasi Masyarakat <i>Middle Class</i>	1
Gambar I.2 : Nilai Penjualan Makanan dan Minuman	2
Gambar I.3 : Produk es krim Campina karakter <i>Nickelodeon</i>	7
Gambar I.4 : Gambar Produk es krim Wall's Paddle Pop	8
Gambar II.1 : Konsep <i>Brand Equity</i>	24
Gambar II.2 : Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	26
Gambar IV.1 : Logo Es krim Campina	51
Gambar IV.2 : Logo Wall's	55
Gambar V.1 : Kemasan Campina Hula Hula dan Wall's Dung Dung	64

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner	75
Lampiran 2 : Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas	78
Lampiran 3 : Perhitungan Uji beda t-test paired sample test	83

