

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR HAK CIPTA .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Rumusan Masalah .....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>12</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Konsep Bauran Komunikasi Pemasaran dalam <i>Marketing Mix</i> .....	12
2.1.2 Konsep <i>Customer-Based Brand Equity</i> .....	21
2.1.3 Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran terhadap <i>Customer-Based Brand Equity</i> .....	27
2.1.4 Orisinalitas Penelitian.....	28
2.2 Kerangka Pemikiran .....	31
2.3 Hipotesis.....	36
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
3.1 Objek Penelitian .....	37
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang digunakan.....	37
3.2.2 Operasional Variabel .....	38
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	41
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel .....	43
3.2.4.2 Sampel .....	43
3.2.4.3 Teknik Sampel.....	44
3.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	45
3.3.1 Pengujian Validitas.....	45
3.3.1.1 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian .....	46
3.3.1.2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	50

3.4. Teknik Pengolahan Data .....	52
3.5. Teknik Analisis Data.....	52
3.5.1 <i>Partial Least Square</i> .....	52
3.5.2 Asumsi PLS .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Profil Perusahaan dan Pengguna Minyak Goreng Merek SunCo .....	60
4.1.1 Profil Perusahaan Minyak Goreng Merek SunCo .....	60
4.1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	60
4.1.1.2 Gambaran Produk Minyak Goreng Merek SunCo .....	62
4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden .....	64
4.1.2.1 Karakteristik Responden Minyak Goreng Merek SunCo Berdasarkan Usia ...	64
4.1.2.2 Karakteristik Responden Minyak Goreng Merek SunCo Berdasarkan Status Pernikahan .....	65
4.1.2.3 Karakteristik Responden Minyak Goreng Merek SunCo Berdasarkan Pendidikan Terakhir Dikaitkan dengan Jenis Pekerjaan .....	66
4.1.2.4 Karakteristik Responden Minyak Goreng Merek SunCo Berdasarkan Jenis Pekerjaan Dikaitkan dengan Penghasilan.....	67
4.1.2.5 Karakteristik Konsumen Minyak Goreng Merek SunCo Berdasarkan Alasan Menggunakan .....	68
4.1.2.6 Karakteristik Responden Minyak Goreng Merek SunCo Berdasarkan Varian Produk Minyak Goreng Merek SunCo yang Digunakan .....	69
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	70
4.2.1 Deskripsi Variabel Bauran Komunikasi Pemasaran (X) .....	70
4.2.2 Deskripsi Variabel <i>Customer-Based Brand Equity</i> (Y) .....	73
4.3 Analisis Data .....	76
4.3.1 Evaluasi <i>measurement model</i> atau <i>outer model</i> .....	77
4.3.1.1 <i>Validitas Convergent</i> .....	77
4.3.1.2 <i>Validitas Diskriminan</i> .....	78
4.3.1.3 <i>Composite Reliability</i> .....	79
4.3.2 Evaluasi <i>Structural Model</i> atau <i>Inner Model</i> .....	80
4.3.2.1 Evaluasi inner model dapat ditunjukkan melalui indikator yaitu koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan mencari nilai <i>Goodness of Fit (GoF)</i> .....	80
4.3.2.2 Pengujian Hipotesis .....	81
4.4 Makna Hasil Analisis dan Pembahasan .....	83
4.4.1 Kondisi Umum Kuat Lemah Bauran Komunikasi Pemasaran Terhadap <i>Customer-Based Brand Equity</i> Minyak Goreng Merek SunCo di Yogya Toserba Raya Kepatihan Bandung.....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Rekomendasi .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>91</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>