**DAFTAR ISI**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**LEMBAR PERNYATAAN**

**LEMBAR PERSEMBAHAN**

**ABSTRACT**

**ABSTRAK**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I PENDAHULUAN**

* 1. Latar Belakang 1

1.2 Perumusan Masalah 10

1.3 Tujuan Penelitian 11

1.4 Manfaat Penelitian 11

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

* 1. Tinjauan Pustaka 12
     1. Kesadaran Merek *(Brand Awareness)* 12

2.1.1.1 Bagaimana Mencapai Kesadaran 14

2.1.1.2 Mengukur *Brand Awareness* 15

2.1.1.3 Nilai-Nilai Kesadaran Merek 16

2.1.2 Strategi Pemasaran Air Minum Dalam Kemasan..... 18

2.1.2.1 Strategi Pemasaran Aqua........................... 20

2.1.2.2 Strategi Pemasaran Ades........................... 24

2.1.2.3 Strategi Pemasaran SMS............................ 25

2.1.2.4 Strategi Pemasaran 2Tang.......................... 27

2.1.2.5 Strategi Pemasaran Amia.......................... 28

2.1.2.6 Strategi Pemasaran Aicos.......................... 29

2.2 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis........... 30

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

* 1. Objek Penelitian.................................................................. 35
  2. Populasi dan Sampel........................................................... 35
  3. Jenis Data dan Sumber Data............................................... 36
     1. Jenis Data................................................................ 36
     2. Sumber Data…........................................................ 37
  4. Teknik Pengumpulan Data.................................................. 37
  5. Pengukuran *Brand Awareness*............................................. 37

3.6 Metode Analisa Data........................................................... 39

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

* 1. Karakteristik Responden..................................................... 40
  2. Deskripsi Hasil Penelitian…............................................... 41

4.2.1 Puncak Pikiran (*top of mind)* .................................. 43

4.2.2 Pengingat Kembali Merek (*Brand Recall)*.............. 44

4.2.3 Pengenalan Merek dan Tidak Mengenal Merek...... 45

4.3 Pembahasan.......................................................................... 47

**BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan 50

5.2 Implikasi Penelitian 50

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Berikutnya 51

5.3.1 Keterbatasan Penelitian 51

5.3.2 Saran-Saran untuk Penelitian Berikutnya 51

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Penjualan AMDK Menurut Kemasan Bulan Maret 2014 (Kardus) Di Kota Padang 6

Tabel 1.2 Survei Awal Pengkomsumsi Air Mineral Dalam Kemasan pada Pertengahan Juli 2014 di Kota Padang 7

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi 40

Tabel 4.2 Berdasarkan Rutin Mengkonsumsi AMDK, Lama Mengkonsumsi Rata-Rata Mengkonsumsi 42

Tabel 4.3 Berdasarkan Bagaimana Mendapatkan AMDK 43

Tabel 4.4 *Top of Mind* 44

Tabel 4.5 *Brand Recall* 45

Tabel 4.6 Pengenalan Merek dan Tidak Mengenal Merek 46

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Piramida *Brand Awareness* 13

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data