

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Perumusan Masalah	5
C.Tujuan dan Manfaat	5
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL	
A.Kajian Teoritis	6
B.Kerangka Berfikir	27
C.Metodologi Penelitian	28
BAB III PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	36

B Uji Validitas dan Uji Realibitas	37
C. Uji Hipotesisi	41

BAB IV KESIMPULAN

A.Kesimpulan	43
B.Saran	44

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel I.1	Pangsa Pasar Mie Instan	1
Tabel I.2	TOP Brand Mie Instan Dalama Kemasan	3
Tabel I.3	Volume Penjualan Indomie	4
Tabel II.1	Indikator Variabel	31
Tabel II.2	Penelitian Skala Likert	33
Tabel III.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel III.2	Responden Berdasarakan Lama Penggunaan Produk	37
Tabel III.3	Hasil Uji Validitas Brand Ekuitas	38
Tabel III.4	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	39
Tabel III.5	Uji Reliabilitas	40
Tabel III.6	Koefisien Determinasi	41
Tabel III.7	Hasil Uji t	42

DAFTAR GAMBAR

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Gambar II.1	Skema Kerangka Berpikir	27

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Rekapitulasi Skor Jawaban Variabel x
- Lampiran 2 Rekapitulasi Skor Jawaban Variabel y
- Lampiran 3 Hasil Uji Spss uji R^2 dan uji t
- Lampiran 4 Hasil Uji Spss Reliabilitas variabel x
- Lampiran 5 Hasil Uji Spss Reliabilitas variabel y
- Lampiran 6 Hasil Uji Spss Validitas variabel x
- Lampiran 7 Hasil Uji Spss Validitas variabel y
- Lampiran 8 Kuesioner