

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1	Fungsi Merek	22
TABEL 2.2	Skala Pengukuran Utilitas Merek Bagi Konsumen	23
TABEL 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan tingkat Pendidikan	40
TABEL 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan tingkat Usia	41
TABEL 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan jenis Pekerjaan.....	42
TABEL 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan tingkat Pengeluaran.....	43
TABEL 4.5	Persepsi Konsumen Terhadap harga	45
TABEL 4.6	Persepsi Konsumen Terhadap kemasan (Menarik)	46
TABEL 4.7	Persepsi Konsumen Terhadap Kemasan (Praktis)	47
TABEL 4.8	Persepsi Konsumen Terhadap Aroma	48
TABEL 4.9	Persepsi Konsumen Terhadap Manfaat	49
TABEL 4.10	Persepsi Konsumen Terhadap Distribusi	51
TABEL 4.11	Persepsi Konsumen Terhadap Jenis Produk	52
TABEL 4.12	Persepsi Konsumen Terhadap Kredibilitas Merek	53
TABEL 4.13	Persepsi Konsumen Terhadap Merek <i>Viva Cosmetics Value for Money</i> ...	54
TABEL 4.14	Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Merek <i>Viva Cosmetics</i>	55
TABEL 4.15	Persepsi Konsumen Terhadap Merek <i>Viva Cosmetics</i> Ekonomis.....	56
TABEL 4.16	Persepsi Konsumen Terhadap Kecocokan Geografis	57
TABEL 4.17	Persepsi Konsumen Terhadap Keamanan Bahan Baku <i>Viva Cosmetics</i> ...	58
TABEL 4.18	Merek Yang Sesuai Dengan Gaya Hidup	60
TABEL 4.19	Persepsi Konsumen Terhadap Popularitas Merek <i>Viva Cosmetics</i>	61

TABEL 4.20	Ringkasan Crosstab Persepsi Konsumen thd Merek Viva Cosmetics.....	62
TABEL 4.21	Persepsi Konsumen Terhadap Viva Cosmetics	70