

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Data Pengeluaran (Rp per head) untuk Pembelian Produk <i>Skin Care</i> .....	10
Tabel 2.2. Daftar Tanaman, kandungan, dan fungsinya .....	12
Tabel 2.3. Daftar Brand, Produk, dan Kandungan Bahan Alami .....	12
Tabel 3.1. Operasional Variabel .....	41
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Sumber Informasi tentang Merek Sari Ayu .....	65
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel <i>Brand Association</i> .....	66
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	67
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	68
Tabel 4.5. Hasil Pengukuran <i>Top of Mind</i> Beberapa Merek Kosmetik .....	69
Tabel 4.6. Rekapitulasi Pengukuran Kesadaran Merek Sari Ayu .....	70
Tabel 4.7. Rekapitulasi Asosiasi Merek Sari Ayu untuk Pertanyaan Terbuka .....	71
Tabel 4.8. Asosiasi Merek Sari Ayu untuk Pertanyaan Tertutup .....	72
Tabel 4.9. Rekapitulasi Persepsi Kualitas Produk Sari Ayu untuk Pertanyaan Terbuka .....	75
Tabel 4.10. Pengukuran Persepsi Kualitas <i>Produk</i> Sari Ayu untuk Pertanyaan Tertutup .....	76
Tabel 4.11. Rekapitulasi Analisa <i>Brand loyalty</i> Sari Ayu .....	80

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA