

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	7
C. Perumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Pengertian Pemasaran.....	11
B. Pengertian Merek	13
C. Membangun Identitas Merek	13
D. Manfaat Merek	14

E. Pengertian Citra Merek	15
F. Membangun Citra Merek.....	22
G. Kualitas Produk	23
H. Harga	26
I. Keputusan Pembelian	32
J. Penelitian Terdahulu	37
K. Kerangka Pikir.....	39
L. Model Penelitian.....	41
M. Hipotesis	42

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	45
B. Jenis dan Sumber Data.....	45
C. Populasi dan Sampel.....	46
D. Metode Pengumpulan Data.....	47
E. Metode Analisis Data.....	48
1. Uji validitas dan Uji Reliabilitas	48
2. Analisis Diskriminan	50
F. Definisi Operasional Variabel.....	53

BAB IV PROFIL PERUSAHAAN DAN GAMBAR UMUM RESPONDEN

A. Sejarah perusahaan	58
-----------------------------	----

B. Visi dan Misi	61
C. Logo Identitas	62
D. Filosofi Identitas	62
E. Profil responden	63
F. Karakteristik responden	63

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas	68
B. Uji Reliabilitas	70
C. Analisis Diskriminan	70

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	81
B. Saran	81
Daftar Pustaka	83
Lampiran	85