

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
LEMBAR PERSETUJUAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	4
1. Identifikasi Masalah	4
2. Pembatasan Masalah	5
C. Perumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	8

BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Definisi Lokasi	11
1. <i>Location</i>	11
2. Dimensi Lokasi	12
B. Definisi <i>Brand Image</i>	13
1. <i>Brand</i>	13
2. Dimensi <i>Brand</i>	15
3. Image	17
4. Dimensi Image	17
5. Brand Image	18
6. Dimansi Brand Image	21
C. Definisi <i>Product Knowledge</i>	22
1. <i>Product Knowledge</i>	22
2. Dimensi Product Knowledge	23
D. Definisi Purchase Intention	25
1. Purchase Intention	25
2. Dimensi Purchase Intention	27
E. Penelitian Sebelumnya	27
F. Kerangka Berpikir	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
A. Tempat dan Waktu Penelitian	33

B.	Jenis dan Sumber Data	33
C.	Populasi dan Sampel	34
D.	Metode Pengumpulan Data	36
E.	Metode Analisis Data	39
F.	Definisi Operasional Variabel	44
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....		46
A.	Profil Perusahaan.....	46
B.	Identitas Responden.....	48
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		51
A.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
B.	Deskriptif Hasil Penelitian	53
C.	Uji Regresi	56
D.	Uji T	57
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		58
A.	Kesimpulan.....	58
B.	Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN