

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Konsep Produk.....	12
2.1.2 Konsep Merek.....	14
2.1.3 Persepsi.....	16
2.1.4 <i>Positioning</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	26
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1 Populasi.....	26
3.2.2 Sampel.....	27
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	28
3.3.1 Data Primer.....	28
3.3.2 Data Sekunder.....	28
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4.1 Metode <i>Judgment</i>	28
3.4.2 Uji <i>Cochran</i>	28
3.4.3 Kuesioner.....	29
3.5 Metode Analisis Data.....	29
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	29
3.5.2 <i>Multidimensional Scalling</i>	29
3.5.3 Analisis Korespondensi.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	32
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	32
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	34
4.1.2.1 Berdasarkan Usia.....	34
4.1.2.2 Berdasarkan Merek Sepeda Motor.....	35
4.2 Analisis Data dan Pembahasan.....	36
4.2.1 Analisis <i>Multidimensional Scalling</i>	36

4.2.2 Analisis Korespondensi.....	40
BAB V PENUTUP.....	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	45
5.3 Saran.....	45
5.3.1 Implikasi Manajerial.....	45
5.3.2 Saran Penelitian yang Akan Datang.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	51