

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Surat Pernyataan Keaslian Tesis	ii
Halaman Pengesahan	iii
Abstract	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Bab I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
Bab II Telaah Pustaka dan Pengembangan Model	9
2.1 Perilaku Konsumen	9
2.2 Marketing Strategi	11
2.3 Brand Equity	13
2.4 Kepuasan Pelanggan	17
2.5 Kualitas Produk	21
2.6 Citra Perusahaan.....	24
2.7 Hubungan Pengaruh Antar Variabel	30
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	33
2.9 Hipotesis Penelitian	34

2.10 Dimensionalisasi dan Indikator Variabel	35
Bab III Metode Penelitian	36
3.1 Sumber Data.....	36
3.2 Populasi dan Sampel.....	37
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4 Metode Analisis Data.....	40
BAB IV Analisis Data dan Pembahasan	46
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	46
4.2 Analisis Nilai Index	48
4.3 Analisis Data	52
4.4. Analisis Regresi Persamaan	62
4.5 Uji Hipotesis	65
4.6 Analisis Jalur	66
4.7 Sobel test	71
4.8 Hasil Pembahasan	72
BAB V Kesimpulan Dan Implikasi Kebijakan	76
5.1 Ringkasan Penelitian.....	76
5.2 Kesimpulan Hipotesis	77
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian	78
5.4 Implikasi Teoritis	79
5.5 Implikasi Manajerial	83
5.6 Keterbatasan Penelitian	85
5.7 Agenda Penelitian Mendatang	86

Daftar Pustaka

Lampiran