

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Fokus Penelitian.....	11
1.3    Perumusan Masalah .....	12
1.4    Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	12
1.4.1    Tujuan Penelitian .....	12
1.4.2    Kegunaan Penelitian .....	12
1.5    Lokasi dan Lamanya Penelitian .....	13
1.5.1    Lokasi Penelitian.....	13
1.5.2    Lamanya Penelitian.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR .....</b>	<b>15</b>
2.1    Tinjauan Pustaka Penelitian .....	15
2.1.1    Administrasi Bisnis .....	15
2.1.1.1    Fungsi Administrasi Bisnis .....	15
2.1.2    Pemasaran .....	16
2.1.2.1    Bauran Pemasaran.....	17
2.1.2.2    Konsep Pemasaran .....	18
2.1.2.3    Fungsi Pemasaran .....	19
2.1.3 <i>Brand</i> .....	20
2.1.3.1    Jenis <i>Brand</i> .....	21
2.1.3.2    Tujuan <i>Brand</i> .....	21
2.1.3.3 <i>Brand Image</i> .....	22
2.1.3.4    Indikator <i>Brand Image</i> .....	23
2.1.3.5    Manfaat <i>Brand Image</i> .....	23
2.1.3.6    Fungsi <i>Brand Image</i> .....	24
2.1.3.7    Faktor-faktor <i>Brand Image</i> .....	25
2.1.3.8    Membangun <i>Brand Image</i> .....	25

2.1.3.9	Elemen <i>Brand Image</i> .....	25
2.1.4	Persepsi .....	26
2.1.4.1	Persepsi Konsumen .....	26
2.1.4.2	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen .....	27
2.1.4.3	Proses Persepsi Konsumen .....	27
2.1.4.4	Indikator Persepsi Konsumen .....	29
2.2	Penelitian Terdahulu .....	30
2.3	Kerangka Pemikiran .....	35
2.4	Proposisi .....	37
<b>BAB III METODE DAN OBJEK PENELITIAN .....</b>		<b>38</b>
3.1	Metode Penelitian .....	38
3.1.1	Paradigma Penelitian .....	38
3.1.2	Metode Penelitian Yang Digunakan .....	39
3.1.3	Instrumen Penelitian .....	40
3.1.4	Teknik Pengumpulan Data .....	42
a.	Data Primer .....	42
1.	Observasi .....	42
2.	Wawancara .....	43
3.	Dokumentasi .....	46
b.	Data Sekunder .....	46
1.	Studi Kepustakaan .....	46
3.1.5	Teknik Analisis Data .....	47
1.	<i>Data Collection</i> (Pengumpulan Data) .....	49
2.	<i>Data Reduction</i> (Reduksi Data) .....	50
3.	<i>Data Display</i> (Penyajian Data) .....	50
4.	<i>Conclusion Drawing</i> (Penarikan Kesimpulan) .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>52</b>
4.1	Gambaran Umum Dough Deli .....	52
4.1.1	Visi dan Misi .....	53
4.1.2	Struktur Organisasi .....	53
4.1.2.1	Uraian Tugas .....	54
4.1.3	Logo Perusahaan .....	55
4.1.4	Jenis Produk dan Harga Produk .....	56
4.2	Persepsi Konsumen Terhadap <i>Brand Image</i> Dough Deli .....	57
4.3	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen Terhadap Brand Image Dough Deli .....	77
4.4	Pembahasan .....	81
4.4.1	Persepsi Konsumen .....	82
4.4.2	<i>Brand Image</i> .....	83
4.4.3	Faktor-faktor Persepsi Konsumen .....	84
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>86</b>
5.1	Kesimpulan .....	86
5.2	Saran .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>89</b>