

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
MOTTO DAN DEDIKASI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR.....	13
2.1 Administrasi Bisnis	13
2.1.1 Pengertian Administrasi	13
2.1.2 Pengertian Bisnis.....	13
2.1.3 Pengertian Administrasi Bisnis	14
2.2 Pemasaran.....	15
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	15
2.2.2 Tujuan Pemasaran	17
2.2.3 Fungsi Pemasaran.....	17
2.2.4 Pengertian Bauran Pemasaran	18
2.2.5 Unsur-unsur Bauran Pemasaran	19
2.3 Merek	19
2.3.1 Pengertian Merek	20
2.3.2 Jenis Merek	20
2.3.3 Tujuan Merek	21
2.3.4 Manfaat Merek	21

2.4	<i>Brand Image</i>	22
2.4.1	Pengertian <i>Brand Image</i>	22
2.4.2	Unsur-unsur <i>Brand Image</i>	23
2.4.3	Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	24
2.4.4	Indikator <i>Brand Image</i>	25
2.5	Kepuasan Konsumen.....	25
2.5.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	25
2.5.2	Elemen Kepuasan Konsumen.....	27
2.5.3	Faktor Kepuasan Konsumen.....	27
2.6	Penelitian Terdahulu.....	29
2.7	Kerangka Pemikiran.....	31
2.8	Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III	35
METODE DAN OBYEK PENELITIAN	35
3.1	Metode Penelitian.....	35
3.2	Paradigma Penelitian.....	35
3.3	Metode Penelitian Yang Digunakan.....	36
3.4	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Penelitian.....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6	Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Gambaran Umum Dreezel Coffee.....	47
4.1.1	Profil Perusahaan.....	48
4.1.2	Visi dan Misi.....	49
4.1.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	50
4.2	Pelaksanaan <i>Brand Image</i> dan Kepuasan Konsumen pengunjung Dreezel Coffee TubagusIsmail.....	52
4.2.1	Pelaksanaan <i>Brand Image</i>	52
4.2.2	Analisis Skor Variabel X.....	65
4.2.3	Pelaksanaan Kepuasan Konsumen.....	68
4.2.4	Analisis Skor Variabel Y.....	83
4.3	Pengaruh brand image terhadap kepuasan konsumen pada Dreezel <i>Coffee</i> cabang Tubagus Ismail Kota Bandung.....	86
4.3.1	Uji Validitas.....	86
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	87
4.3.3	Uji Analisis Regresi Sederhana.....	88
4.3.4	Uji Rank Spearman.....	89

4.3.5 Uji Parsial (Uji t)	90
4.3.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91
4.4 Hambatan dan Upaya Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen di Dreezel <i>Coffee</i> Cab. Tubagus Ismail Kota Bandung	92
4.4.1 Hambatan dalam Meningkatkan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen di Dreezel <i>Coffee</i> Cab. Tubagus Ismail Kota Bandung	93
4.4.2 Upaya Mengatasi Hambatan dalam Peningkatan Brand Image	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	97
5.2.1 Saran Praktis.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	100