

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian	11
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.5.2 Lamanya Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Administrasi Bisnis	12
2.1.1 Pengertian Administrasi	12
2.1.2 Pengertian Bisnis.....	13
2.1.3 Pengertian Administrasi Bisnis	14
2.2 Pemasaran	15
2.2.1 Pengertian Pemasaran	15
2.3 Produk Tiruan.....	17
2.3.1 Pengertian Produk Tiruan.....	17
2.3.2 Tipe-tipe Produk Tiruan/Imitasi	18

2.4	<i>Brand Image</i>	19
2.4.1	Pengertian <i>Brand Image</i>	19
2.4.2	Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	21
2.4.3	Tujuan <i>Brand Image</i>	21
2.4.4	Indikator <i>Brand Image</i>	22
2.5	Penelitian Terdahulu.....	23
2.6	Kerangka Pemikiran.....	25
2.7	Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE DAN OBJEK PENELITIAN		30
3.1	Metode Penelitian.....	30
3.1.1	Paradigma Penelitian.....	30
3.1.2	Metode Penelitian yang Digunakan	31
3.1.3	Variabel Penelitian dan Operasioalisasi Penelitian	32
3.2	Teknik Pengumpulan Data	34
3.2.1	Data Primer	35
3.2.2	Data Sekunder	39
3.3	Teknik Analisis Data	40
3.3.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	40
3.3.2	Regresi Linear Sederhana	42
3.3.3	Koefisien Korelasi Rank Spearman	43
3.3.4	Analisis Koefisien Determinasi.....	44
3.3.5	Uji Hipotesis	44
BAB IV PEMBAHASAN.....		46
4.1	Gambaran Umum Zolaqu.....	46
4.1.1	Sejarah Singkat.....	46
4.1.2	Visi dan Misi	48
4.1.3	Struktur Organisasi Zolaqu	48
4.1.4	Karakteristik Responden.....	52
4.2	Kondisi Produk Tiruan <i>Brand Zolaqu</i> dan <i>Brand Image Brand Zolaqu</i>	53
4.2.1	Kondisi Produk Tiruan <i>brand Zolaqu</i>	53
4.2.2	Analisis Skor Produk Tiruan	67
4.2.3	Kondisi <i>Brand Image Zolaqu</i>	69
4.2.4	Analisis Skor <i>Brand Image</i>	81

4.3	Pengaruh Produk Tiruan terhadap <i>Brand Image</i>	84
4.3.1	Uji Instrumen Penelitian	84
4.3.2	Analisis Data	88
4.3.3	Analisis Korelasi Rank Spearman	89
4.3.4	Analisis Koefisien Determinasi	91
4.3.5	Uji Hipotesis	93
4.4	Hambatan dan Upaya yang dihadapi <i>Brand Fashion Zolaqu</i> dalam implementasi Produk Tiruan terhadap <i>Brand Image</i>	94
4.4.1	Hambatan yang dihadapi <i>Brand Fashion Zolaqu</i>	94
4.4.2	Upaya yang dihadapi <i>Brand Fashion Zolaqu</i>	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		97
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Saran	99
5.2.1	Saran Bagi Zolaqu	99
5.2.2	Saran Bagi Pembaca dan Peneliti Selanjutnya	100
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN		104