

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
MOTTO	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
UCAPAN TERIMA KASIH	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR BAGAN DAN GRAFIK.....	xix
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Manfaat Akademik.....	9
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS, DAN KERANGKGA KONSEP.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1.2 <i>Brand</i>	17

2.1.3	<i>Brand Identity</i>	23
2.1.4	<i>Brand Image</i>	29
2.2	Penelitian Terdahulu.....	35
2.3	Kerangka Konsep	38
2.4	Hipotesis.....	39
BAB III		
METODE PENELITIAN		40
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	40
3.2	Pendekatan Penelitian.....	40
3.3	Metode Penelitian.....	40
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	41
3.5	Populasi dan Sampel	43
3.5.1	Populasi.....	43
3.5.2	Sampel.....	43
3.6	Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian.....	45
3.7	Teknik Pengumpulan Data	45
3.8	Teknik Analisis Data	46
3.9	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	48
3.9.1	Uji Validitas	48
3.9.2	Uji Reliabilitas	52
BAB IV		
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.1	Tentang Crystalin	54
4.1.2	<i>Brand Identity</i> Crystalin.....	55
4.2	Hasil Penelitian.....	57
4.2.1	Identitas Responden	57
4.2.2	Pernyataan Variabel X	59
4.2.3	Pernyataan Variabel Y	73
4.2.4	Rekapitulasi Variabel X dan Y	83
4.2.5	Uji Regresi Linier Sederhana	85
4.2.6	Uji Hipotesis	88

4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
BAB V		
KESIMPULAN DAN SARAN		94
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA		97
LAMPIRAN.....		100