

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.3 Produk Dino Donuts	2
1.1.4 Struktur Organisasi	3
1.1.5 Logo dan Makna Logo Dino Donuts	5
1.2 Latar Belakang	6
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	12
1.6 Kegunaan Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSATAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Bauran Pemasaran	13
2.1.3 Produk	15
2.1.4 Bauran Produk	15
2.1.5 Merek (<i>Brand</i>)	15
2.1.6 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	16
2.1.7 Dimensi Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	16
2.1.8 Analisis SWOT	17
2.1.9 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Kerangka Pemikiran.....	21

BAB III METODOLOGI	23
3.1 Metode Penelitian	23
3.2 Variabel Operasional	23
3.3 Informan Penelitian	26
3.4 Skala Operasional	26
3.5 Tahapan Penelitian.....	27
3.6 Populasi dan Sampel.....	28
3.6.1 Populasi.....	28
3.6.2 Sampel	29
3.6.3 Teknik Sampling.....	30
3.7 Pengumpulan Data	30
3.7.1 Sumber Data	30
3.7.2 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.8 Metode Pengumpulan Data.....	34
3.9 Uji Validitas, Reabilitas, dan Normalitas	33
3.9.1 Uji Validitas.....	33
3.9.2 Uji Reabilitas	34
3.9.3 Uji Normalitas.....	35
3.10 Analisis Deskriptif	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Strategi SWOT yang dilakukan Dino Donuts Karakteristik Responden	38
4.1.1 Matrix SWOT	38
4.2 Brand Image Analisis.....	44
4.2.1 Karakteristik Responden.....	44
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	46
4.3 Hasil Pengujian Secara Deskriptif	47
4.4 Pengujian Data.....	48
4.4.1 Uji Validitas.....	48
4.4.2 Uji Reabilitas	49
4.4.3 Uji Normalitas.....	49
4.5 Teknik Analisis Data.....	50

4.5.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.1.1 Analisis SWOT dan Brand Image	53
5.2 Saran	54
5.1.1 Bagi Perusahaan	54
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	55
DAFTAR PUSTAKA	56
Lampiran	58