

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan IKEA	1
1.1.2 Profil Perusahaan Ace Hardware	2
1.1.3 Profil Perusahaan Informa.....	3
1.1.4 Profil Perusahaan Fabelio	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Aspek Praktis	10
1.5.2 Aspek Teoritis	10
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 <i>Brand</i>	13
2.1.3 <i>Brand Personality</i>	13

2.1.4	Dimensi <i>Brand Personality</i>	14
2.1.5	<i>Positioning</i>	16
2.1.6	<i>Perceptual Mapping</i>	16
2.1.7	<i>Multidimensional Scalling</i> (MDS).....	17
2.2	Penelitian Terdahulu	18
2.2.1	Jurnal Nasional.....	21
2.2.2	Jurnal Internasional	25
2.3	Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Jenis Penelitian.....	31
3.2	Variabel Operasional.....	32
3.2.1	Skala Pengukuran.....	36
3.3	Tahapan Penelitian	36
3.4	Populasi dan Sampel	38
3.4.1	Populasi.....	38
3.4.2	Sampel.....	39
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	40
3.5.1	Sumber Data.....	40
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.6.1	Uji Validitas	41
1.7	Teknik Analisis Data.....	45
1.7.1	Analisis Deskriptif	45
1.7.2	Analisis Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>)	46
1.7.3	Analisis <i>Multidimensional Scalling</i> (MDS).....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1	Karakteristik Responden	53
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.1.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	54

4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	55
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	56
4.1.5	Analisis Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
4.2	Karkteristik Berdasarkan <i>Crosstab</i>	59
4.3	Hasil Penelitian	71
4.3.1	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Sincerity</i>	71
4.3.2	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Excitement</i>	77
4.3.3	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Competence</i>	82
4.3.4	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Sophistication</i>	87
4.3.5	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Ruggedness</i>	92
4.3.6	Peta <i>Positioning Brand Furniture</i> Berdasarkan Kemiripan.....	97
4.3.7	Uji <i>Goodness of Fit</i>	99
4.4	Analisis Jarak <i>Euclidean Brand Retail Furniture</i> terhadap <i>Brand Personality</i> 100	
4.4.1	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Dimensi <i>Sincerity</i>	100
4.4.2	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Dimensi <i>Excitement</i>	103
4.4.3	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Dimensi <i>Competence</i>	105
4.4.4	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Dimensi <i>Sophistication</i>	107
4.4.5	Analisis Jarak <i>Euclidean</i> Dimensi <i>Ruggedness</i>	110
4.5	Rangkuman Peringkat Brand Retail Furniture Berdasarkan Dimensi	111
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1	Kesimpulan	114
5.2	Saran.....	115
5.2.1	Saran Untuk Perusahaan	115
	DAFTAR PUSTAKA	116