

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORIENTASI.....	3
KATA PENGANTAR	4
ABSTRAK.....	6
ABSTRACT	7
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Teoritis	7
2.1.1 Brand trust.....	7
2.1.2 Brand image	8
2.2 Kajian Konseptual.....	9
2.2.1 Public relations.....	10
2.2.2 Komunikasi.....	12
2.2.3 Brand.....	13
2.2.4 Image.....	17
2.2.5 Trust	17
2.2.6 Brand image	18
2.2.7 Brand trust.....	19
2.2.8 Konsumen.....	20
2.3 Penelitian Terdahunda.....	20
2.3.1 Jurnal Nasional	20
2.3.2 Jurnal Internasional.....	23
2.4 Kerangka Pemikiran.....	27
BAB 3 METODE PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian.....	29
3.2 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	30
3.3.1 Subjek Penelitian	30
3.3.2 Objek Penelitian.....	30
3.4 Lokasi Penelitian.....	31
3.5 Informan Penelitian.....	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6.1 Wawancara	36
3.6.2 Observasi	36

3.7	Teknik Analisis Data.....	37
3.8	Teknik Keabsahan Data	38
BAB 4	40
4.1	Karakteristik Informan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2	Hasil Penelitian	40
4.2.1	Analisis Citra Merek (Brand Image) PAPER.....	41
4.2.2	Analisis Kepercayaan Merek (Brand Trust) PAPER	44
4.2.3	Hubungan antara Brand Image dan Brand Trust	46
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1	Kesimpulan	51
5.2	Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	56