**DAFTAR ISI**

LEMBAR PENGESAHANi

**ABSTRAKii**

**ABSTRACTiii**

**KATA PENGANTARiv**

**DAFTAR ISIvi**

**DAFTAR TABELx**

**DAFTAR GAMBARxii**

**DAFTAR LAMPIRANxiii**

**BAB I PENDAHULUAN1**

1. Latar Belakang Masalah1
2. Identifikasi Masalah5
3. Batasan Masalah5
4. Batasan Penelitian6
5. Rumusan Penelitian6
6. Tujuan Penelitian6
7. Manfaat Penelitian7

**BAB II KAJIAN PUSTAKA8**

1. Landasan Teori8
2. Merek8
3. Definisi Merek (Brand)8
4. Strategi Nama Merek9
5. Strategi Pengembangan Merek9
6. Syarat – Syarat Memiih Merek10
7. Image (Citra)11
8. Definisi Citra (Image)11
9. Citra Merek (Brand Image)11
10. Definsi Citra Merek11
11. Faktor – Faktor yang Membentuk Citra Merek12
12. Indikator Citra Merek13
13. Persepsi Harga14
14. Persepsi Harga14
15. Konsep Harga15
16. Tujuan Penetapan Harga15
17. Langkah – Langkah Penetapana Harga16
18. Dimensi Harga16
19. Kualitas Produk17
20. Definisi Produk17
21. Kualitas Produk18
22. Produk Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Pembelian18
23. Kepuasan pelanggan20
24. Definisi Kepuasan Pelanggan20
25. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan21
26. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan22
27. Dimensi Kepuasan Pelanggan23
28. Penelitian Terdahulu25
29. Kerangka Pemikiran28

**BAB III METODE PENELITIAN**32

1. Objek Penelitian32
2. Desain Penelitian32
3. Variabel Penelitian34
4. Teknik Pengumpulan Sampel36
5. Teknik Pengambilan Data37
6. Teknik Analisis Data37

**BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**43

1. Gambaran Umum Objek Penelitian43
2. Hasil Penelitian45
3. Uji Validitas dan Reliabilitas45
4. Profil Responden48
5. Analisis Deskriptif50
6. Uji Asumsi Klasik54
7. Analisis Regresi Berganda56
8. Pembahasan58

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**60

1. Kesimpulan60
2. Saran60

**DAFTAR PUSTAKA**62

**LAMPIRAN**64