

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Penelitian Terdahulu.....	13
F. Kerangka Pemikiran.....	16
G. Hipotesis Penelitian.....	19
H. Model Penelitian.....	20
BAB II TINJAUAN TEORITIS	21
A. Manajemen Pemasaran	21
B. Merek	27
C. <i>Islamic Branding</i>	30
D. <i>Personal Selling</i>	41
E. Kepuasan Konsumen	48

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	59
A. Metodologi Penelitian	59
B. Populasi dan Sampel	59
C. Jenis Data	62
D. Sumber Data.....	62
E. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	63
F. Operasional Variabel.....	64
G. Teknik Pengumpulan Data.....	67
H. Metode Analisis Data.....	68
I. Teknik Pengelolaan Data	72
J. Lokasi dan Waktu Penelitian	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	75
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	74
B. Analisis Deskriptif Data Identitas Responden	82
C. Analisis Hasil Penelitian	85
D. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....	87
E. Analisis Pengujian Hipotesis	96
F. Pembahasan Hasil Penelitian	101
BAB V PENUTUP.....	108
A. Kesimpulan	108
B. Saran	111

DAFTAR PUSTAKA112

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG