

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG.....	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	vii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	18
1.3. Identifikasi Masalah.....	18
1.3.1 Latar Belakang Masalah.....	18
1.3.2 Rumusan Masalah.....	18
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	19
1.4.1 Maksud Penelitian.....	19
1.4.2 Tujuan Penelitian.....	19
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	19
1.5.1 Manfaat Penelitian.....	19
1.5.2 Kegunaan Penelitian.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	21
2.2. Kajian Teori	40
2.2.1 Komunikasi.....	40
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	44
2.2.3 Model Komunikasi Pemasaran.....	44
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	48
2.2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian...	57
2.2.6 Peran Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	65
2.2.7 Citra Merek.....	70
2.2.8 Membangun Citra Merek.....	73
2.2.9 Faktor Terbentuknya Citra Merek.....	74
2.2.10 Aspek – Aspek Citra Merek.....	77
2.2.11 Kegunaan Citra Merek.....	84
2.3. Kerangka Pemikiran	85

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	3.1. Obyek Penelitian	87
	3.2. Paradigma Penelitian	87
	3.3. Metode Penelitian	88
	3.4. Key Informan dan Informan	89
	3.5. Jenis dan Sumber Data	90
	3.6. Teknik Pengumpulan Data	91
	3.7. Teknik Analisa Data	93
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1. Hasil Penelitian.....	94
	4.2. Pembahasan.....	100
BAB V	PENUTUP	
	5.1. Kesimpulan	106
	5.2. Saran	106
	DAFTAR PUSTAKA	108
	LAMPIRAN	113
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	121