

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Masalah	2
1.3 Identifikasi Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.2 <i>Brand Image</i>	15
2.3 Hubungan <i>Customer Experience</i> dan <i>Brand Image</i>	17
2.4 Penelitian Terdahulu	17
2.5 Kerangka Pemikiran	26
2.6 Hipotesis Penelitian	27
2.7 Ruang Lingkup Penelitian	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.6 Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Pengumpulan Data	43
4.2 Karakteristik Responden	43
4.3 Dekripsi Data	45
4.4 Hasil Penelitian	64
4.5 Pembahasan dan Penelitian	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	73
LAMPIRAN	78