

DAFTAR ISI

Sampul Dalam.....	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Lembar Pengesahan	iii
Motto	iv
Lembar Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi
Abstrak	xii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan.....	13

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Teori Strategi Pemasaran	15
B. Strategi Pemasaran.....	18
C. Segmentation Targetting Positioning	20
D. Brand Image.....	23
E. Minat Beli	24
F. Penelitian Terdahulu.....	24

BAB III	: METODE PENELITIAN	
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
	B. Kehadiran Peneliti.....	39
	C. Lokasi Penelitian.....	39
	D. Data dan Sumber Data	40
	E. Teknik Pengumpulan Data	41
	F. Instrumen Penelitian	44
	G. Analisis Data	45
BAB IV	: HASIL PENELITIAN	
	A. Paparan Data Penelitian	49
	B. Analisis Data Penelitian.....	58
	C. Temuan Data Penelitian	62
BAB V	: PEMBAHASAN	
	A. Strategi <i>Segmentation Targetting Positioning</i> yang Dilakukan Oleh Nida Corner untuk Membangun <i>Brand</i> <i>Image Halal Network International Produc</i>	76
	B. Strategi <i>Segmentation Targetting Positioning</i> yang Dilakukan Oleh Nida Corner untuk Membangun <i>Brand</i> <i>Image Halal Network International Produc</i> untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen	81
BAB VI	: PENUTUP	
	A. Kesimpulan	84
	B. Saran	87
	Daftar Pustaka	88
	Lampiran-lampiran.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Analisis Model Interaktif	46
4.1 Logo HNI dan HPAI	49
4.2 Struktur Organisasi PT HNI-HPAI	51
4.3 Produk-produk HNI	54
4.4 Produk-produk HNI	55
4.5 Produk-produk HNI	55
5.1 Diagram Hasil Penjualan HNI pada 5 Tahun	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Lembar Pernyataan Keaslian Tulisan	95
Lampiran 1	: Kartu Kendali Bimbingan	96
Lampiran 2	: Pedoman Wawancara	109
Lampiran 3	: Dokumentasi	110
Lampiran 4	: Daftar Riwayat Hidup	112