

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR..... I

DAFTAR ISI..... ii

DAFTAR TABEL v

DAFTAR GAMBAR..... vi

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Fokus Penelitian 3

1.3 Rumusan Masalah 3

1.4 Tujuan Penelitian..... 4

1.5 Kegunaan Hasil Penelitian 4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 6

2.1 Strategi *Branding* 6

2.1.1 Definisi *Branding* 6

2.1.2 Tujuan dan Manfaat *Branding* 8

2.1.3 Elemen-Elemen *Branding* (Logo, Tagline, Identitas ,
Visual Citra Merek, Nilai Merek)..... 9

2.1.4 Definisi Strategi *Branding*..... 10

2.1.5 Jenis-Jenis Strategi *Branding* 12

2.1.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas
Branding..... 13

2.1.7 Indikator Strategi *Branding*..... 14

2.2 Penjualan..... 15

2.2.1 Pengertian Penjualan 15

2.2.2 Tujuan Penjualan 15

2.2.3 Bagian dan Jenis Penjualan 16

2.2.4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	18
2.2.5	Indikator Penjualan.....	18
2.3	Penelitian Terdahulu	19
2.4	Kerangka Berpikir.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian	27
3.1.1	Pendekatan Penelitian	27
3.1.2	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Varibel Penelitian.....	29
3.3	Informan Penelitian.....	29
3.4	Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	30
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	30
3.3.2	Jadwal Penelitian.....	30
3.5	Sumber Data.....	31
3.6	Instrumen Penelitian	32
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.8	Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Gambaran Umum.....	35
4.1.1	Sejarah Singkat Berdirinya UD. Lisna.....	35
4.1.2	Produk UD. Lisna	37
4.1.3	Uraian Tugas dan Tanggungjawab Pengelola UD. Lisna	38
4.1.4	Hari dan Jam Kerja Operasional UD. Lisna	40
4.2	Hasil Penelitian	40
4.2.1	Strategi <i>Branding</i> yang Telah Diterapkan Oleh UD. Lisna Dalam Memasarkan Produk	40
4.2.2	Strategi <i>Branding</i> UD. Lisna Dalam Meningkatkan Penjualan Produk	45
4.3	Pembahasan.....	49
4.3.1	Analisis Strategi <i>Branding</i> yang Telah Diterapkan Oleh UD. Lisna Dalam Memasarkan Produk	49

4.3.2 Analisis Strategi <i>Branding</i> UD. Lisna dalam Meningkatkan Penjualan Produk	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	vii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	Informan Penelitian.....	30
Tabel 3.2	Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berpikir	25
--	----