



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGAJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Umum Gudeg	10
2.2 Pemasaran	12
2.3 <i>Brand Equity</i>	15
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Kerangka Pemikiran	26
3.2 Objek Penelitian	29
3.3 Tahapan Penelitian	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	31



3.5 Metode Analisa dan Pengolahan Data	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Profil Industri	40
4.2 Karakteristik Responden	43
4.3 Analisis <i>Brand Awareness</i>	45
4.4 Analisis <i>Brand Associations</i>	48
4.5 Analisis <i>Perceived Quality</i>	51
4.6 Analisis <i>Brand Loyalty</i>	54
4.7 Perbaikan Berdasarkan Analisis <i>Brand Equity</i> Gudeg Kaleng “Bu Lies”	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	