DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**

SURAT PERNYATAAN ..... **ii**

LEMBAR MOTTO ..... **iii**

ABSTRAK ..... **iv**

ABSTRACT ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 5

1.2.1. Identifikasi Masalah 5

1.2.2. Rumusan Masalah 6

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 6

1.3.1. Maksud Penelitian 6

1.3.2. Tujuan Penelitian 7

1.4 Kegunaan Penelitian 7

1.4.1. Kegunaan Akademis 7

1.4.2. Kegunaan Praktis 8
1.5 Pembatasan Masalah 8
1.6 Sistematika Penulisan 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka 11
2.1.1. Manajemen Pemasaran 11
2.1.1.1. Definisi Manajemen Pemasaran 11
2.1.1.2. Proses Manajemen Pemasaran 12
2.1.2. *Brand Value* 14
2.1.2.1. Pengertian *Brand* 14
2.1.2.2. Peran *Brand* 15
2.1.2.3. Definisi *Brand Value* 16
2.1.3. *Sales Revenue* 19
2.1.3.1.Konsep Pendapatan Menurut Ilmu Ekonomi 21
2.1.3.2. Konsep Pendapatan Menurut Ilmu Akuntansi 22
2.1.4. Kinerja Perusahaan 23
2.1.5. Hubungan *Brand Value* dengan Kinerja Perusahaan 25
2.1.6. Hubungan *Sales Revenue* dengan Kinerja Perusahaan 27
2.2. Kerangka Pemikiran 28
2.3. Hipotesis 33

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian 34

3.2. Metode Penelitian..... 34

3.2.1. Desain Penelitian 36

3.2.2. Operasionalisasi Variabel 41

3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data..... 43

3.2.3.1. Sumber Data 43

3.2.3.2. Teknik Penentuan Data..... 44

3.2.4. Teknik Pengumpulan Data..... 45

3.2.5. Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis..... 46

3.2.5.1. Rancangan Analisis 46

3.2.5.2. Pengujian Hipotesis..... 55

3.2.6. Penarikan Kesimpulan 59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Samsung 61

4.2. Analisis Deskriptif 61

4.2.1. Analisis Deskriptif *Brand Value* (X_1) 62

4.2.2. Analisis Deskriptif *Sales Revenue* (X_2)..... 64

4.2.3. Analisis Deskriptif Kinerja Perusahaan (Y)..... 66

4.3. Analisis Verifikatif..... 69

4.3.1. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian 69

4.3.2. Pengujian Hipotesis..... 82

4.3.2.1. Pengaruh *Brand Value* dan *Sales Revenue*

Terhadap Kinerja Perusahaan (Uji Statistik t). 82

4.3.2.2. Pengaruh *Brand Value* dan *Sales Revenua*

Terhadap Kinerja Perusahaan (Uji Statistik F) 85

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 88

5.2 Saran-saran 89

DAFTAR PUSTAKA 91

LAMPIRAN-LAMPIRAN 95

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 110

SURAT PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING 114