

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2. Manfaat Praktis.....	13
1.5. Kerangka Teori Konsep.....	14
1.5.1. Teori <i>Individual Differences</i>	14
1.5.2. Konsep Persepsi.....	15
1.5.3. Konsep <i>Brand Image</i>	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1. Persepsi.....	18
2.1.1. Proses Terjadinya Persepsi.....	19
2.1.2. Macam-macam Persepsi.....	20
2.2. <i>Brand</i>	20

4.2.1.6 Kasus Penyelundupan Harley dan Brompton oleh Garuda Indonesia.....	63
4.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat.....	72
4.2.2.1. Faktor Internal.....	73
4.2.2.2. Faktor Eksternal.....	76
4.3. Pembahasan.....	82
BAB V PENUTUP	95
5.1. Kesimpulan.....	95
5.2. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	