**DAFTAR ISI**

**Halaman**

**LEMBAR PERSETUJUANii**

**LEMBAR PENGESAHANiii**

**ABSTRAKiv**

**KATA PENGANTARviii**

**DAFTAR ISIix**

**BAB I PENDAHULUAN**i

1. Latar Belakang Masalahi
2. Identifikasi Masalahiv
3. Batasan Masalahv
4. Perumusan Masalahv
5. Tujuan Penelitianv
6. Kegunaan Penelitianvi

**BAB II LANDASAN TEROIvii**

1. Tinjauan Pustakavii
2. Pengertian Manajemen Pemasaranvii
3. Pengertian Strategi Merekxiii
4. Pengertian Minat Belixx
5. Kerangka Pemikiranxxiv
6. Pengajuan Hipotesisxxv

**BAB III METODOLOGI PENELITIANxxvi**

1. Tempat dan Waktu Penelitianxxvi
2. Jenis Penelitianxxvii
3. Populasi dan Teknik Pengambilan Samplexxvii
4. Teknik Pengumpulan Dataxxviii
5. Teknik Analisis Dataxxix