DAFTAR ISI

Persetujuan Skripsi i

Pernyataan Orisinalitas ii

Kata Pengantar iii

Abstraksi v

Abstract vi

Daftar Isi vii

Daftar Tabel x

Daftar Gambar xi

Daftar Lampiran xii

BAB 1 PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 11

1.3 Tujuan Penelitian 11

1.4 Manfaat Penelitian 12

1.5 Sitematika Penelitian 13

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA 15

2.1 Landasan Teori 15

2.1.1 Definisi Pemasaran 15

2.1.2 Produk 17

2.1.3 Promosi 21

2.1.4 Citra Merek 25

2.1.5 *Word of Mouth* 29

2.1.6 Perilaku konsumen 31

2.2 Penelitian Terdahulu 38

2.3 Hubungan Antar Variabel 41

2.4 Hipotesis 45

2.5 Model analisis 46

BAB 3 METODE PENELITIAN.....47

3.1 Pendekatan Penelitian 47

3.2 Identifikasi Variabel.....47

3.3 Definisi Operasional Variabel.....47

3.3.1 Produk 48

3.3.2 Promosi 48

3.3.3 Citra Merek 49

3.3.4 *Word of Mouth* 49

3.3.5 Keputusan Pembelian 49

3.4 Jenis dan Sumber Data.....50

3.4.1 Jenis Data 50

3.4.2 Prosedur Pengumpulan Data 50

3.5 Populasi dan Sampel.....51

3.5.1 Populasi 51

3.5.2 Sampel 52

3.6. Teknik Analisis Data.....52

3.6.1 Uji Instrumen 53

3.6.2 Regresi Linier Berganda.....54

3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....55

3.6.4 Uji Kelayakan Model 57
3.6.5 Pengujian Hipotesis 58
BAB 4 HASIL PENELITIAN 59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 59
4.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian 60
4.3 Analisis Data 62
4.3.1 Uji Instrumen 62
4.3.2 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian 65
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda 72
4.3.4 Uji Asumsi Klasik 74
4.3.5 Uji Kelayakan Model 78
4.3.6 Uji Hipotesis 82
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN 87
5.1 Simpulan 87
5.2 Implikasi 88
5.3 Saran 89
DAFTAR PUSTAKA