

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan, dan Lokasi Perusahaan	1
1.1.2 Visi, Misi, dan Logo Perusahaan	2
1.1.3 Skala Usaha, Perkembangan Usaha dan Strategi Secara Umum ...	3
1.1.4 Produk dan Layanan.....	5
1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan	7
1.2 Latar Belakang Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	15
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	15
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	15
2.1.3 <i>Word of Mouth</i>	17
2.1.4 Dimensi <i>Word of Mouth</i>	17
2.1.5 <i>Brand</i> (Merek)	18
2.1.6 <i>Brand Image</i>	18
2.1.7 Dimensi <i>Brand Image</i>	19
2.1.8 Hubungan <i>Word of Mouth</i> Dengan <i>Brand Image</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis Penelitian	32
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	33
3.2.1 Variabel Operasional	33
3.2.2 Skala Pengukuran	36
3.3 Tahapan Penelitian	37
3.4 Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1 Populasi	38
3.4.2 Sampel	38
3.5 Pengumpulan Data.....	39
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	40
3.6.1 Uji Validitas.....	40

3.6.2 Uji Reliabilitas	42
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.7.1 Analisis Deskriptif	43
3.7.2 <i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	44
3.7.3 Analisis Regresi Sederhana.....	45
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.7.5 Uji Hipotesis Parsial.....	47
3.7.6 Koefisien Determinasi.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Pengumpulan Data.....	49
4.2 Karakteristik Responden.....	49
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Konsumsi.....	51
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Konsumsi.....	52
4.3 Hasil Penelitian.....	52
4.3.1 Analisis Deskriptif	52
4.3.2 Transformasi Data (<i>MSI</i>)	67
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	68
4.3.4 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	70
4.3.5 Pengujian Hipotesis.....	71
4.3.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
4.4.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth (X)</i>	74
4.4.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image (Y)</i>	75
4.4.3 Analisis Pengaruh Variabel X Terhadap Y.....	77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	79
5.2.1 Bagi Perusahaan	79
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN	