

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi Misi Dan Konsep Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.5.1 Aspek Teoritis	11
1.5.2 Aspek Praktis	11
1.6 Sistematika Penulisan Akhir	13
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
.... 2.1.2 Pemasaran Produk	13
2.1.3 Perilaku Konsumen	15
2.1.4 Komunikasi Pemasaran	21
2.1.5 Theory Planned Behaviour	24
2.1.6 Periklanan	27
2.1.7 Social Media	31
2.1.8 Keputusan Pembelian	36
2.1.9 Hubungan Iklan Dan Pengambilan Keputusan Pembelian	38

2.2 PENELITIAN TERDAHULU	40
2.3 Kerangka Pemikiran.....	53
2.4 Hipotesis Penelitian.....	55
BAB III	56
METODE PENELITIAN.....	56
3.1 JENIS PENELITIAN	56
3.2 OPERASIONALISASI VARIABEL DAN SKALA PENGUKURAN	56
3.2.1 Variabel operasional.....	56
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	57
3.2.3 Skala Pengukuran.....	59
3.3 TAHAPAN PENELITIAN	60
3.4 POPULASI DAN SAMPEL	60
3.4.1 Populasi.....	60
3.4.2 Sample.....	61
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	62
3.5.1 Jenis Data	62
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	63
3.6.1 Uji Validitas	63
3.6.2 Uji Reliabilitas	66
3.7 Teknik Analisis Data	67
3.7.1 Analisis Deskriptif	68
3.7.2 Uji Metode Successive Interval (MSI)	69
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	70
3.7.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	72
3.8 Uji Hipotesis.....	72
3.8.1 Pengujian Hipotesis.....	72
3.8.2 Koefisien Determinasi (R^2)	73
BAB IV	74
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Analisis Deskriptif	74
4.1.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Screening Question	74
4.1.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
4.1.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	76

4.1.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	76
4.1.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan per Bulan	77
4.1.6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi Nasi Goreng Mafia dalam Sebulan	78
4.2 Tanggapan Konsumen Mengenai Periklanan (X).....	80
4.2.1 Tanggapan Konsumen Mengenai	80
4.2.2 Tanggapan Konsumen Mengenai	82
4.2.3 Tanggapan Konsumen Mengenai	84
4.2.4 Tanggapan Konsumen Mengenai	86
4.2.5 Tanggapan Konsumen Mengenai	88
4.2.6 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Periklanan (X).....	90
4.2.7 Tanggapan Konsumen Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	91
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	95
4.3.1 Uji Normalitas.....	95
4.3.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	97
4.4 Uji Hipotesis	98
4.5 Analisis Korelasi.....	99
4.6 Koefisien Determinasi	100
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	101
BAB V	105
KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	110