

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum PT Gumbira Wana Indonesia	1
1.1.1 Profil PT Gumbira Wana Indonesia.....	1
1.1.2 Visi dan Misi PT Gumbira Wana Indonesia	1
1.1.3 Logo PT Gumbira Wana Indonesia	2
1.1.4 Struktur Organisasi PT Gumbira Wana Indonesia.....	2
1.1.5 Bidang Usaha	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 LANDASAN TEORI.....	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran	14
2.1.3 Bauran Pemasaran	14
2.1.4 Bauran Promosi.....	15

2.1.5 Word of Mouth	17
2.1.5.1 Dimensi Word of Mouth.....	17
2.1.6 Brand	19
2.1.6.1 Brand Equity	19
2.1.6.2 Brand Awareness	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Pendekatan Penelitian	25
3.2 Jenis Penelitian	25
3.3 Skala Pengukuran dan Operasional Variabel.....	25
3.3.1 Skala Pengukuran.....	25
3.3.2 Operasional Variabel	26
3.4 Tahapan Penelitian.....	29
3.5 Populasi dan Sampel	31
3.5.1 Populasi.....	31
3.5.2 Sampel.....	31
3.5.2 Sampel.....	31
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	32
3.6 Pengumpulan Data	33
3.6.1 Sumber Data.....	33
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.7 Uji Keabsahan	35
3.7.1 Uji Validitas	35
3.7.2 Uji Reliabilitas	37
3.8 Teknik Analisis Data.....	39
3.8.1 Analisis Deskriptif	39
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.8.2.1 Uji Normalitas.....	41
3.8.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	41
3.8.3.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)	42

3.8.3.2 Koefisien Determinasi	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Profil Responden.....	44
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Usia	45
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.1.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	48
4.1.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Orang yang Merekomendasikan	49
4.1.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili	50
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 Uji Deskriptif	51
4.2.1.1 Hasil Uji Deskriptif Word of Mouth (X)	51
4.2.1.2 Hasil Uji Deskriptif Brand Awareness (Y).....	53
4.3 Uji Regresi Linier Sederhana.....	54
4.3.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji-t).....	56
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	57
4.4.1 Uji Normalitas.....	57
4.4.2 Uji Koefisien Determinasi	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	61
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	61
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	65