

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	11
BAB II	13
2.1 Pemasaran	13
2.2 Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	14
2.3 Perilaku Konsumen.....	16
2.4 Kepribadian.....	18
2.5 Persepsi	20
2.6 <i>Purchase Intention</i>	22
2.7 Penelitian Terdahulu	22
2.8 Kerangka Pemikiran.....	24
2.9 Hipotesis Penelitian dan Pengembangannya.....	26

BAB III	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Operasionalisasi Variabel	32
3.3 Tahapan Penelitian.....	36
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.5 Pengumpulan Data	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV	47
4.1 Gambaran Objek Penelitian	47
4.2 Hasil Penelitian	54
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	68
4.4 Implikasi Manajerial	73
BAB V	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	87