

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Pemasaran.....	9
2.2 <i>Marketing Mix</i>	10
2.3 Metode dan Proses Komunikasi Pemasaran.....	11
2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	12
2.5 Saluran Komunikasi Pemasaran	12
2.6 <i>Word of Mouth</i>	13
2.6.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i>	13
2.6.2 Model <i>Word of Mouth</i>	14
2.6.3 Manfaat <i>Word of Mouth</i>	16
2.6.4 Indikator <i>Word of Mouth</i>	16
2.6.5 Pengukuran <i>Word of Mouth</i>	17
2.6.6 Teknik <i>Word of Mouth Marketing</i>	18
2.7 Pengertian Produk	19
2.8 Pengertian Keputusan Pembelian	20
2.9 Proses Keputusan Pembelian.....	22
2.10 Hubungan <i>Word of Mouth Communication</i> dengan Keputusan Pembelian	24
2.11 Kerangka Penelitian.....	26

2.12 Hipotesis	28
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian	29
3.2 Definisi Konseptual	29
3.3 Definisi Operasional	30
3.4 Populasi dan Sampel	31
3.5 Teknik Sampling	33
3.6 Skala Pengukuran Variabel	33
3.7 Jenis dan Sumber Data	34
3.8 Teknik Pengumpulan Data	34
3.9 Teknik Pengujian Instrumen	34
a. Uji Validitas Kuesioner	34
b. Uji Reliabilitas	35
3.10 Teknik Analisis Data	36
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum	39
4.1.1 Sejarah PT. Sophie Paris	39
4.1.2 Visi dan Misi PT. Sophie Martin	41
4.1.3 Produk PT. Sophie Martin	41
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	41
4.2.1 Karakteristik Responden	41
4.2.2 Analisis Jawaban Responden	43
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	53
A. Uji Normalitas	54
B. Uji Heteroskedastisitas	55
C. Uji Multikolinieritas	56
4.2.4 Pengujian Regresi Linear Berganda	56
4.2.5 Uji Hipotesis	59
A. Uji R^2	58
B. Uji Hipotesis	60
C. Uji Simultan	60
4.3 Hasil Pembahasan	61
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66

DAFTAR PUSTAKA