

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| Halaman Judul | |
| Halaman Pengesahan | |
| Halaman Pernyataan | |
| Abstrak | i |
| <i>Abstract</i> | ii |
| Kata Pengantar..... | iii |
| Daftar Isi..... | vi |
| Daftar Tabel..... | x |
| Daftar Gambar | xi |
| Daftar Lampiran..... | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 11 |
| 1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.3.1 Maksud Penelitian..... | 11 |
| 1.3.2 Tujuan Penelitian | 12 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 12 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Pengertian Pemasaran | 13 |
| 2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran | 13 |

| | |
|--|----|
| 2.3 Bauran Pemasaran..... | 14 |
| 2.4 Merek (<i>Brand</i>)..... | 16 |
| 2.4.1 Pengertian Merek | 16 |
| 2.4.2 Kriteria Pemilihan Merek | 17 |
| 2.4.3 Karakteristik Merek..... | 18 |
| 2.4.4 Manfaat Merek..... | 18 |
| 2.4.5 Indikator <i>Brand Image</i> | 18 |
| 2.5 <i>Word of Mouth</i> | 19 |
| 2.5.1 Indikator <i>Word of Mouth</i> | 21 |
| 2.6 Niat Beli | 22 |
| 2.6.1 Indikator Niat Beli..... | 22 |
| 2.7 Penelitian Terdahulu | 24 |
| 2.8 Kerangka Pemikiran..... | 27 |
| 2.9 Metode Kerangka Pemikiran..... | 28 |
| 2.10 Hipotesis..... | 29 |

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1 Objek Penelitian | 30 |
| 3.2 Sejarah Singkat Perusahaan..... | 30 |
| 3.2.1 Visi Primagama..... | 31 |
| 3.2.2 Beberapa Penghargaan Primagama..... | 32 |
| 3.2.3 Logo Primagama | 34 |
| 3.3 Metode Penelitian | 34 |
| 3.3.1 Populasi dan Sampel | 35 |
| 3.4 Sumber Data | 37 |

| | | |
|-----------------------|---|----|
| 3.4.1 | Data Primer | 37 |
| 3.4.2 | Data Sekunder | 37 |
| 3.5 | Operasional Variabel | 38 |
| 3.5.1 | Variabel Independen/Bebas | 38 |
| 3.5.2 | Variabel Dependen/Terikat..... | 38 |
| 3.6 | Skala Pengukuran | 44 |
| 3.7 | Analisis Pengolahan Data..... | 45 |
| 3.7.1 | Uji Validitas | 45 |
| 3.7.2 | Uji Reliabilitas | 45 |
| 3.7.3 | Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman..... | 45 |
| 3.7.4 | Koefisien Determinasi | 47 |
| 3.7.5 | Uji Signifikansi (Uji t)..... | 47 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 | Hasil Penelitian..... | 49 |
| 4.1.1 | Profil Responden..... | 49 |
| 4.2 | Analisis Deskriptif | 51 |
| 4.2.1 | Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> | 53 |
| 4.2.2 | Analisis Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i> | 65 |
| 4.2.3 | Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli | 69 |
| 4.3 | Uji Validitas dan Reliabilitas | 72 |
| 4.3.1 | Uji Validitas | 72 |
| 4.3.2 | Uji Reliabilitas | 75 |
| 4.4 | Koefisien Korelasi Rank Spearman..... | 77 |
| 4.5 | Koefisien Determinasi..... | 78 |
| 4.6 | Pengujian Hipotesis (Uji t)..... | 79 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 82 |
| 5.2 | Saran | 83 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |

LAMPIRAN

