

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
PEDOMAN PENGGUNAAN TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Batasan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Penelitian	10

BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Pengertian Pemasaran	12
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	12

2.1.2. Komunikasi Pemasaran	13
2.1.3. Bauran Promosi	14
2.1.4. Pengertian <i>Word of Mouth</i>	16
2.1.4.1. Manfaat <i>Word of Mouth</i>	17
2.1.4.2. Dimensi <i>Word of Mouth</i>	20
2.1.5. Pengertian Reputasi Perusahaan	21
2.1.5.1. Proses Terbentuknya Reputasi	22
2.1.5.2. Dasar Membangun Reputasi	22
2.1.5.3. Dimensi Reputasi Perusahaan	24
2.1.6. Pengertian Perilaku Konsumen	24
2.1.7. Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.1.7.1. Tipe Perilaku Pembeli	25
2.1.7.2. Model Perilaku Pembeli	27
2.1.7.3. Dimensi Keputusan Pembelian	28
2.2. Penelitian Sebelumnya	31
2.3. Kerangka Pemikiran	32
2.3.1. Pengaruh antara <i>Word of Mouth</i> dan Keputusan Pembelian	32
2.3.2. Pengaruh antara Reputasi Perusahaan dan Keputusan Pembelian	33
2.4. Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	36
-----------------------------	----

3.1.1. Profil Perusahaan	36
3.1.2. Visi Perusahaan	37
3.1.3. Misi Perusahaan	37
3.2. Metode Penelitian	38
3.3. Populasi dan Sampel	38
3.3.1. Populasi	38
3.3.2. Sampel	39
3.4. Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1. Sumber Data	41
3.5. Operasional Variabel	41
3.6. Teknik Pengolahan Data	45
3.6.1. Skala Pengukuran	45
3.6.2. Uji Validitas	46
3.6.3. Uji Reliabilitas	47
3.6.4. <i>Metode Succesive Interval</i>	47
3.7. Teknik Analisis Data	48
3.7.1. Analisis Korelasi <i>Pearson</i>	48
3.7.2. Pengujian Asumsi Klasik	49
3.7.3. Analisis Regresi Linear Berganda	51
3.7.4. Pengujian Hipotesis	52
3.7.4.1. Pengujian Secara Parsial (Uji t)	52
3.7.4.2. Pengujian Secara Simultan (Uji F)	53

3.7.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
3.7.6. Penetapan Standar Signifikansi (α)	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	56
4.1.1. Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner	56
4.1.2. Karakteristik Responden	56
4.2. Pengujian Data	58
4.2.1. Uji Validitas	58
4.2.2. Uji Reliabilitas	61
4.3. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	63
4.3.1. Tanggapan Responden Mengenai <i>Word of Mouth</i>	64
4.3.2. Tanggapan Responden Mengenai Reputasi Perusahaan	69
4.3.3. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Konsumen	72
4.4. Uji Asumsi Klasik	76
4.4.1. Uji Normalitas	77
4.4.2. Uji Multikolinieritas	78
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas	79
4.5. Analisis Korelasi	79
4.6. Analisis Regresi Linear Berganda	80
4.7. Pengujian Hipotesis	82
4.7.1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	82

4.7.2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	84
4.8. Koefisien Determinasi	85
4.9. Implikasi Manajerial	86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	89
5.2. Saran	90

DAFTAR PUSTAKA	92
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN