

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKAN DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Teori Ilmu Pengetahuan	8
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	8
2.1.1.2 Fungsi-fungsi Manajemen.....	10
2.1.1.3 Unsur-unsur Manajemen	11
2.1.1.4 Tingkatan Manajemen	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran	13
2.1.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	14
2.1.2.3 Fungsi Manajemen Pemasaran	15
2.1.3 <i>Word Of Mouth</i>	16

2.1.3.1	Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	16
2.1.3.2	Manfaat <i>Word Of Mouth</i>	18
2.1.3.3	Motivasi <i>Word Of Mouth</i>	18
2.1.3.4	Jenis-jenis <i>Word Of Mouth</i>	19
2.1.3.5	Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>WOM</i>	19
2.1.3.6	Dimensi <i>Word Of Mouth</i>	21
2.1.3.7	Indikator <i>Word Of Mouth</i>	22
2.1.4	<i>Brand Awareness</i>	22
2.1.4.1	Pengertian Merek	22
2.1.4.2	Manfaat Merek.....	24
2.1.4.3	Pengertian <i>Brand Awareness</i>	24
2.1.4.4	Peran <i>Brand Awareness</i>	26
2.1.4.5	Indikator <i>Brand Awareness</i>	27
2.1.5	Keputusan Pembelian	28
2.1.5.1	Proses Keputusan Pembelian	29
2.1.5.2	Jenis Perilaku Pembelian.....	30
2.1.5.3	Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	31
2.1.5.4	Struktur Keputusan Pembelian.....	35
2.1.5.5	Peran dalam Pembelian	36
2.1.5.6	Indikator Keputusan Pembelian	37
2.1.6	Hubungan <i>Word Of Mouth</i> dengan <i>Brand Awareness</i>	38
2.1.6.1	Hubungan <i>Word Of Mouth</i> dengan Keputusan Pembelian	39
2.1.6.2	Hubungan <i>Brand Awareness</i> dengan Keputusan Pembelian	39
2.1.7	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	40
2.2	Kerangka Pemikiran.....	42

2.3	Hipotesis Penelitian.....	44
-----	---------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Metode Penelitian yang digunakan.....	46
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	47
3.2.1	Definisi Variabel	47
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	48
3.3	Populasi dan Sampel	
3.3.1	Populasi	50
3.3.2	Sampel.....	50
3.4	Sumber dan Teknik Penumpukan Data	
3.4.1	Sumber Data.....	52
3.4.2	Teknik Penumpukan Data.....	53
3.5	Teknik Analisis Data	
3.5.1	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	55
3.5.2	Uji Koefisien Determinasi.....	57
3.5.3	Analisis Regresi Linear Sederhana	58
3.5.4	Pengujian Hipotesis.....	59
3.5.4.1	Uji t (Uji Parsial).....	59
3.5.4.2	Uji f (Uji Signifikan).....	60
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian.....	61
3.6.1	Tempat Penelitian.....	61
3.6.2	Waktu Penelitian	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	71
4.1.1	Analisis Deskriptif	71
4.1.1.1	Karakteristik Responden	72
4.1.1.2	Deskriptif Kategori Variabel.....	76
4.1.2	Uji Prasyarat Analisis	81
4.1.2.1	Uji Normalitas	82

4.1.2.2 Uji Linearitas.....	83
4.1.2.3 Uji Multikolinieritas.....	83
4.1.2.4 Uji Heteroskedastisitas.....	84
4.1.3 Pengujian Hipotesis.....	85
4.1.3.1 Uji t (Secara Parsial)	86
4.1.3.2 Uji F	87
4.1.3.3 Koefisien Determinasi.....	88
4.2 Pembahasan.....	88
4.2.1 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	90
4.2.3 Pengaruh <i>WOM</i> dan <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian	91

BAB V

5.1 Kesimpulan	94
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	94
5.3 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Pra Survey Mengenai <i>WOM</i> pada konsumen Lebih dari Coffee.....	4
Tabel 2.1 Fungsi-Fungsi Manajemen	12
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu yang Relevan	47
Tabel 3.1 Operasional Variabel	56
Tabel 3.2 Skor Pendapat Responden	62
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi	64
Tabel 3.4 Waktu Penelitian.....	60
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	74
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	75
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel 4.6 Kategori Variabel <i>Word Of Mouth</i>	77
Tabel 4.7 Kategori Variabel <i>Brand Awareness</i>	79
Tabel 4.8 Kategori Variabel Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 5.1 Hasil Uji Linearitas	83
Tabel 5.2 Hasil Uji Multikolinieritas	84
Tabel 5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
Tabel 5.4 Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Nilai-nilai Kesadaran Merek.....	30
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1	101
Lampiran 2	104
Lampiran 3	106
Lampiran 4	110
Lampiran 5	114
Lampiran 6	118
Lampiran 7	119
Lampiran 8	120
Lampiran 9	121
Lampiran 10	122
Lampiran 11	124
Lampiran 12	125
Lampiran 13	126
Lampiran 14	127
Lampiran 15	128
Lampiran 16	129
Laampiran 17	130

