

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RINGKESAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian.....	11
1.5.1 Lokasi Penelitian	11
1.5.2 Lamanya Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR	13
2.1 Administrasi Bisnis.....	13
2.2 Pemasaran	13
2.2.1 Pengertian Pemasaran	13
2.2.2 Strategi Pemasaran	15
2.2.3 Komunikasi Pemasaran	17
2.3 Promosi.....	18
2.3.1 Pengertian Promosi	18
2.3.2 Tujuan Promosi	19
2.3.3 Bauran Promosi	20

2.4	<i>Word of Mouth Communication</i>	21
2.4.1	Pengertian WOM	21
2.4.2	Manfaat <i>Word of Mouth Communication</i>	23
2.4.3	Proses <i>Word of Mouth Communication</i>	24
2.4.4	Faktor-faktor <i>Word of Mouth Communication</i>	25
2.4.5	Indikator-indikator <i>Word of Mouth Communication</i>	25
2.5	Keputusan Pembelian	27
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	27
2.5.2	Peran Konsumen dalam Keputusan Pembelian.....	28
2.5.3	Proses Keputusan Pembelian	28
2.5.4	Faktor-faktor Keputusan Pembelian	29
2.5.5	Indikator-indikator Keputusan Pembelian	30
2.6	Penelitian Terdahulu	31
2.7	Kerangka Berpikir	33
2.8	Hipotesis	35
BAB III	METODE PENELITIAN DAN OBJEK PENELITIAN	38
3.1	Metodelogi Penelitian	38
3.1.1	Paradigma Penelitian.....	38
3.1.2	Metode Penelitian.....	39
3.1.3	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	40
3.2	Teknik Pengumpulan Data	43
3.2.1	Data Primer	43
3.2.2	Data Sekunder	46
3.3	Teknik Analisis Data	46
3.3.1	Teknik Analisis Instrumen.....	47
3.3.2	Teknik Analisis Data	48
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1	Gambar Objek Penelitian	52
4.1.1	Gambaran Umum Bakso Tjap Haji.....	52
4.1.2	Visi dan Misi Bakso Tjap Haji	53
4.1.3	Struktur Organisasi Bakso Tjap Haji	54
4.1.4	Uraian Jabatan	54

4.1.5	Gambaran <i>Word of Mouth Communication</i> pada Bakso Tjap Haji .	56
4.1.6	Gambaran Keputusan Pembelian pada Bakso Tjap Haji	58
4.1.7	Gambaran Umum Data Responden Bakso Tjap Haji	59
4.2	Pelaksanaan <i>WOM Communication</i> pada Bakso Tjap Haji	60
4.2.1	Kondisi <i>WOM Communication</i> pada Bakso Tjap Haji	60
4.2.2	Analisis Skor Variabel X.....	78
4.3	Keputusan Pembelian pada Bakso Tjap Haji.....	81
4.3.1	Kondisi Keputusan Pembelian pada Bakso Tjap Haji	81
4.3.2	Analisis Skor Variabel Y	98
4.4	Pengaruh <i>WOM Communication</i> terhadap Keputusan pembelian	100
4.4.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	100
4.4.2	Analisis Data	103
4.5	Hambatan dan Upaya Bakso Tjap Haji	109
4.5.1	Hambatan yang dihadapi Bakso Tjap Haji di Kota Bandung	109
4.5.2	Upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan	110
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1	Kesimpulan	111
5.2	Saran.....	114
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	114
5.2.2	Saran Bagi Peneliti selanjutnya.....	114
DAFTAR PUSTAKA.....		116
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....		119