

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR REVISI SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RINGKESAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	12
2.1.2 Kerangka Konseptual.....	18
2.1.2.1 Komunikasi.....	18
2.1.2.2.1 Unsur-Unsur dalam Komunikasi	21
2.1.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	22
2.1.2.2.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	23
2.1.2.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	26
2.1.2.3 Pemasaran	28
2.1.2.4 <i>Word of Mouth</i> Marketing	30
2.1.2.4.1 Menciptakan <i>Word of Mouth</i> Marketing	31
2.1.2.4.2 Model <i>Word of Mouth</i> Marketing	32

2.1.2.4.3	Indikator <i>Word of Mouth</i> Marketing.....	33
2.1.2.5	Keputusan Pembelian	34
2.1.2.5.1	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	36
2.1.2.5.2	Indikator Keputusan Pembelian.....	37
2.1.2.6	Toko Salma	38
2.1.3	Kerangka Teoritis	39
2.1.3.1	Teori AIDDA (<i>Attention, Interest, Desire, Decision, Action</i>)	39
2.2	Kerangka Pemikiran	42
2.3	Hipotesis	46
2.3.1	Hipotesis Simultan	46
2.3.2	Hipotesis Parsial	46
BAB III	47
OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1	Objek dan Metodologi Penelitian	47
3.1.1	Objek Penelitian.....	47
3.1.2	Metodologi Penelitian.....	47
3.1.3	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel.....	49
3.1.3.1	Variabel Penelitian.....	49
3.1.3.2	Operasional Variabel	50
3.1.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	57
3.1.4.1	Populasi.....	57
3.1.4.2	Sampel	58
3.1.4.3	Teknik Sampling.....	60
3.1.5	Jenis Data dan Prosedur Pengambilan Data	61
3.1.5.1	Jenis Data.....	61
3.1.5.2	Prosedur Pengambilan Data.....	62
3.1.6	Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Rancangan Analisis Data	63
3.1.6.1	Uji Validitas.....	63
3.1.6.2	Uji Reliabilitas	63
3.1.6.3	Rancangan Analisis Data	65
3.1.6.4	Koefisien Jalur	68
3.1.6.5	Uji Hipotesis	69
3.1.6.5.1	Pengujian Secara Simultan (Uji F)	69
3.1.6.5.2	Pengujian Secara Parsial (Uji T).....	71

3.1.7	Lokasi Penelitian.....	71
3.1.8	Jadwal Penelitian	72
BAB IV		73
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		73
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	73
4.1.1	Gambaran Umum Toko Salma	73
4.2	Hasil Penelitian	74
4.2.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	74
4.2.2.1	Uji Validitas	74
4.2.2.2	Uji Reliabilitas	82
4.2.2	Deskripsi Responden	84
4.2.3	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	120
4.2.4	Analisis Jalur Parsial.....	122
4.2.5	Uji Hipotesis Simultan (UjiF) dan Parsial (UjiT).....	137
4.2.5.1	Uji Hipotesis Simultan (UjiF).....	137
4.2.5.2	Uji Hipotesis Simultan (UjiT).....	138
4.2.6	Pembahasan	137
4.2.7	Pembahasan Secara Simultan Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Warga Kopo Safira Residence	137
4.2.8	Pembahasan Secara Parsial Pengaruh Masing-Masing Dimensi Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Warga Kopo Safira Residence	137
BAB V.....		152
KESIMPULAN DAN SARAN		152
5.1	Kesimpulan	152
5.2	Saran	153
DAFTAR PUSTAKA		155