

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| ABSTRAK..... | ix |
| ABSTRACT | v |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | vi |
| HALAMAN MOTO PERSEMBAHAN..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 1 |
| 1.1.1 Profil Burgerkill..... | 1 |
| 1.1.2 Logo Burgerkill | 2 |
| 1.1.3 Produk..... | 3 |
| 1.2 Latar Belakang Penelitian | 4 |
| 1.3 Identifikasi Masalah..... | 16 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 16 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian | 17 |
| 1.5.1 Aspek Teoritis | 17 |
| 1.5.2 Aspek Teoritis | 17 |
| 1.6 Waktu Dan Periode Penelitian | 17 |
| 1.7 Sistematika Penulisan | 17 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 19 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian | 19 |
| 2.1.1 Pemasaran..... | 19 |
| 2.1.2 Strategi Pemasaran..... | 19 |
| 2.1.3 Bauran Pemasaran..... | 20 |
| 2.1.4 Bauran Promosi..... | 22 |
| 2.1.5 <i>Social Media Marketing</i> | 24 |
| 2.1.6 <i>Experiential Marketing</i> | 27 |
| 2.1.7 <i>Electronic Word Of Mouth</i> | 29 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.8 Keputusan Pembelian..... | 32 |
| 2.1.9 Hubungan <i>Social Media Marketing</i> Dengan Keputusan Pembelian..... | 33 |
| 2.1.10 Hubungan <i>Experiential Marketing</i> Dengan Keputusan Pembelian | 34 |
| 2.1.11 Hubungan <i>Electronic Word Of Mouth</i> Dengan Keputusan Pembelian.... | 35 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 35 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 51 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian | 54 |
| 2.5 Ruang Lingkup Penelitian..... | 54 |
| 2.5.1 Variabel Penelitian | 54 |
| 2.5.2 Lokasi Dan Objek Penelitian | 54 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 55 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 55 |
| 3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran | 56 |
| 3.2.1 Operasionalisasi Variabel..... | 56 |
| 3.2.2 Skala Pengukuran..... | 61 |
| 3.3 Tahapan Penelitian | 61 |
| 3.4 Populasi dan Sampel..... | 62 |
| 3.4.1 Populasi | 62 |
| 3.4.2 Sampel | 63 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 64 |
| 3.5.1 Data Primer | 64 |
| 3.5.2 Data Sekunder | 64 |
| 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas | 65 |
| 3.6.1 Uji Validitas | 65 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas | 67 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 70 |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif | 70 |
| 3.7.2 <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI)..... | 72 |
| 3.7.3 Uji Asumsi Klasik | 72 |
| 3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda | 74 |
| 3.7.5 Uji Hipotesis | 74 |
| 3.7.6 Koefisien Determinasi..... | 77 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 78 |
| 4.1 Karakteristik Responden..... | 78 |
| 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 78 |

| | |
|--|------------|
| 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 79 |
| 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 80 |
| 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Riwayat Pendidikan | 81 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 82 |
| 4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif | 82 |
| 4.2.2 <i>Methodes Succesive Interval</i> (MSI)..... | 98 |
| 4.2.3 Uji Asumsi Klasik | 98 |
| 4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda | 104 |
| 4.2.5 Uji Hipotesis | 105 |
| 4.2.6 Koefisien Determinasi..... | 108 |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian | 109 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 112 |
| 5.1 Kesimpulan | 112 |
| 5.2 Saran | 113 |
| 5.2.1 Saran Bagi Manajemen Band | 113 |
| 5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya..... | 114 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 115 |
| LAMPIRAN | |