

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>17</b>
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	17
1.2    Latar Belakang Penelitian.....	18
1.3    Identifikasi Masalah.....	26
1.4    Tujuan Penelitian.....	26
1.5    Kegunaan Penelitian.....	27
1.5.1    Aspek Teoritis.....	27
1.5.2    Aspek Praktis.....	27
1.6    Sistematika Penulisan.....	27
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>29</b>
2.1    Tinjauan Pustaka Penelitian.....	29
2.1.1    Pemasaran.....	29
2.1.2    Bauran Pemasaran.....	29
2.1.3    Komunikasi Pemasaran.....	31
2.1.4 <i>Word of Mouth</i> .....	31
2.1.5    Iklan.....	33
2.1.6    Pesan Iklan.....	37
2.1.7 <i>Billboard</i> .....	38
2.1.8    Merek.....	40
2.1.9    Citra Merek.....	40
2.2    Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Citra Merek.....	42
2.3    Pengaruh Pesan Iklan Terhadap Citra Merek.....	43
2.4    Penelitian Terdahulu.....	43
2.5    Kerangka Pemikiran.....	53
2.6    Hipotesis Penelitian.....	54
2.6.1    Sub Hipotesis.....	55

2.7	Ruang Lingkup Penelitian .....	56
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>57</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	57
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran .....	57
3.2.1	Variabel Penelitian .....	57
3.2.2	Skala Pengukuran .....	60
3.3	Populasi dan Sampel.....	61
3.3.1	Populasi .....	61
3.3.2	Sampel .....	62
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	64
3.5.1	Uji Validitas.....	64
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	67
3.6	Teknik Analisis Data .....	68
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	68
3.6.2	Uji <i>Method of Successive Interval (MSI)</i> .....	70
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	71
3.6.4	Uji Determinasi .....	72
3.6.5	Uji Analisis Regresi Berganda .....	72
3.6.6	Uji Hipotesis .....	73
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>75</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	75
4.2	Hasil Uji Deskriptif.....	79
4.2.1	Uji Analisis Deskriptif Variabel X1 ( <i>Word Of Mouth</i> ) .....	80
4.2.1.1	Indikator <i>Talkers</i> .....	80
4.2.1.2	Indikator <i>Topics</i> .....	86
4.2.1.3	Indikator <i>Tools</i> .....	89
4.2.1.4	Indikator <i>Taking Part</i> .....	94
4.2.1.5	Indikator <i>Tracking</i> .....	98
4.2.2	Uji Analisis Deskriptif Variabel X2 (Pesan Iklan) .....	104
4.2.2.1	Indikator Isi Pesan .....	104
4.2.2.2	Indikator Struktur Pesan.....	108
4.2.2.3	Indikator Sumber Pesan .....	111
4.2.3	Uji Analisis Nilai Jenjang Variabel Y (Citra Merek).....	116
4.2.3.1	Indikator <i>Corporate Image</i> .....	116

4.2.3.2 Indikator <i>User Image</i> .....	119
4.2.3.3 Indikator <i>Product Image</i> .....	122
4.3 Hasil Penelitian .....	126
4.3.1 Uji <i>Method of Successive Interval</i> (MSI) .....	126
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	127
4.3.3 Uji Determinasi .....	131
4.3.4 Uji Analisis Regresi Berganda .....	131
4.3.5 Uji Hipotesis .....	141
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	144
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>149</b>
5.1 Kesimpulan .....	149
5.2 Saran.....	150
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>152</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>155</b>