

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	13
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	13
1.1.1 Profil Perusahaan	13
1.1.2 Logo Perusahaan	13
1.1.3 Skala Usaha.....	14
1.2 Latar Belakang Penelitian	14
1.3 Perumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Manfaat Penelitian	17
1.5.1 Manfaat Teoritis	17
1.5.2 Manfaat Praktis	18
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Kajian Teoretis dan Penelitian Pendahulu	21
2.1.1 Pemasaran	21
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	21
2.1.3 Bauran Promosi.....	23
2.1.4 <i>Electronic Word-of-Mouth</i>	23
2.1.5 Ekuitas Merek	24
2.1.6 Citra Merek	25
2.1.7 Loyalitas Merek	26
2.1.8 Perilaku Konsumen	26
2.1.9 Minat Pembelian	27
2.1.10 Penelitian Terdahulu.....	28
2.2 Kerangka Pemikiran.....	38
2.3 Hipotesis Penelitian.....	39

BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	44
3.2.1 Skala Pengukuran.....	50
3.3 Tahapan Penelitian	51
3.4 Populasi dan Sampel	52
3.4.1 Populasi	52
3.4.2 Sampel.....	52
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	53
3.5.1 Pengumpulan Data	53
3.5.2 Sumber Data.....	53
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
3.6.1 Uji Validitas	54
3.6.2 Uji Reliabilitas	56
3.7 Teknik Analisis Data.....	57
3.7.1 Analisis Deskriptif	58
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.7.3 Analisis Regresi Berganda	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Pengumpulan Data	62
4.2 Karakteristik Responden	63
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	65
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan/Kesibukan	66
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	67
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	68
4.3 Analisis Deskriptif	69
4.3.1 Variabel X1 (<i>Electronic Word-of-mouth</i>)	70
4.3.2 Variabel X2 (<i>Brand Image</i>)	73
4.3.3 Variabel X3 (<i>Brand Loyalty</i>)	76
4.3.4 Variabel Y (<i>Purchase Intention</i>).....	79
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	82

4.4.1	Uji Normalitas	82
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas	83
4.4.3	Uji Multikolinearitas	83
4.4.4	Uji Autokorelasi	84
4.5	Regresi Linear Berganda.....	85
4.6	Pengujian Hipotesis.....	86
4.6.1	Uji Parsial (Uji T)	86
4.6.2	Uji Simultan (Uji F)	87
4.7	Uji Koefisien Determinasi	88
4.8	Pembahasan.....	89
4.8.1	<i>Electronic Word-of-mouth</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	89
4.8.2	<i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	89
4.8.3	<i>Brand Loyalty</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		92
5.1	Kesimpulan	92
5.2	Saran.....	93
5.2.1	Saran Praktis	93
5.2.2	Saran Teoritis	93
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN.....		99