

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT KETERANGAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
INTISARI	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Kerangka Penelitian	5
BAB II GAMBARAN UMUM PENULISAN	6
2.1 Gambaran Umum	6
2.2 Tinjauan Pustaka.....	8
2.2.1 Word of Month	8
2.2.2 Brand Awareness	11
2.2.1 Intention to Buy	15
2.3 Jurnal Terdahulu	16
2.4 Hipotesis	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Desain Penelitian	20
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.4 Populasi dan Sampel	21
3.5 Definisi Operasional	23
3.5.1 Variabel independent <i>word of mouth</i> (x1)	24
3.5.2 Variabel independent <i>brand awarenees</i> (x2).....	25

3.5.3	Variabel dependen <i>intention to buy</i>	27
3.6	Teknik Analisa Data	28
3.6.1	Uji Instrumen Penelitian	28
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	29
3.6.3	Uji Hipotesis Penelitian	31
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Hasil Uji	33
4.1.1	Jenis Kelamin.....	33
4.1.2	Usia	34
4.1.3	Domisili.....	35
4.1.4	Status Mahasiswa.....	35
4.2	Uji Kualitas Data	36
4.2.1	Uji Validitas.....	36
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	40
4.3	Uji Asumsi Klasik Model Regresi	42
4.3.1	Uji Multikolinearitas.....	42
4.3.2	Uji Heteroskedastisitas	43
4.3.3	Uji Autokorelasi	44
4.3.4	Uji Normalitas	45
4.3.5	Uji Linearitas	47
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.4.1	Uji t atau Uji Parsial	49
4.4.2	Uji F atau Uji Simultan.....	50
4.4.3	Koefisien Determinasi	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		53
5.1	Kesimpulan	53
5.2	Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA		56
LAMPIRAN.....		57