

DAFTAR ISI

Bab	Halaman
HALAMAN JUDUL LUAR	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
 I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
 II TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu	4
2.2 Dasar Teori	8
2.2.1 Peran <i>Influencer</i> dalam Pemasaran	8
2.2.2 <i>Word of Mouth</i> dalam Pemasaran	9
2.2.3 Peran <i>Brand Awareness</i> dalam Pemasaran	21
2.2.4 <i>Brand Image</i>	23
2.2.5 Keputusan Pembelian	24
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis Penelitian	33
 III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Dasar	34
3.2 Metode Sampling	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	36
3.4 Asumsi Pembatalan Masalah	36

3.5 Definisi Variabel	36
3.6 Metode Analisis.....	37
3.6.1 Definisi Operasional Variabel	37
3.6.2 Uji <i>Struktural Equation Medeling</i>	44
IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1 PT. Cisarua Mountain Dairy (CIMORY)	50
4.2 Gambaran Produk.....	52
4.2.1 Cimory Yoghurt Drink	52
4.2.2 <i>Cimory Susu Segar UHT dan Pasteurisasi</i>	53
4.2.3 Cimory Squeeze	53
V KARAKTERISIK SAMPEL PENELITIAN	
5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Budget Pengeluaran ..	55
5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Konsumsi Susu.....	56
VI HASIL DAN PEMBAHASAN	
6.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	57
6.1.1 CFA pada X.....	57
6.1.2 CFA pada Y1	59
6.1.3 CFA pada Y2	61
6.1.4 CFA pada Y3.....	63
6.1.5 CFA pada Z	65
6.2 Reliabilitas Konstruk.....	67
6.3 Uji <i>Goodness of Fit</i>	70
VII KESIMPULAN DAN SARAN	
7.1 Kesimpulan	77
7.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78