

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Penulisan	4
1.4 Tujuan Penulisan	4
1.5 Manfaat Penulisan	4
1.6 Kerangka Penulisan	5
BAB II GAMBARAN UMUM	7
2.1 Profil Perusahaan	7
2.1.1 Sejarah Perusahaan Warung Lesehan Mbak Lis	7
2.1.2 Profil Perusahaan	8
2.1.3 Struktur Organisasi	9
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	11
2.2.3 Unsur-unsur Pemasaran	13
2.2.4 Bauran Promosi	15
2.3 <i>Word Of Mouth</i>	18
2.3.1 Elemen-Elemen <i>Word Of Mouth</i>	22
2.3.2 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	24
2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terjadinya <i>Word Of Mouth</i>	25
2.4 Keputusan Pembelian	26
2.4.1 Definisi Keputusan Pembelian	26
2.4.2 Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian	27

2.4.3 Proses Pengambilan Keputusan.....	28
2.5 Studi Literatur	32
2.6 Kerangka Berfikir	35
2.7 Hipotesis Penelitian	37
2.8 Metode Penelitian	37
2.8.1 Desain Penelitian	37
2.8.2 Definisi Operasional	38
2.8.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	40
2.8.4 Populasi dan Sampel.....	40
2.8.5 Metode Pengumpulan Data	41
2.8.6 Kisi-Kisi Instrumen	42
2.9 Analisis Regresi Sederhana.....	48
2.9.1 Analisis Asumsi Klasik	49
BAB III PEMBAHASAN	51
3.1 Analisis Deskriptif	51
3.1.1 Uji Prasyarat Analisis	53
3.1.2 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	55
3.1.3 Uji T.....	57
3.1.4 Uji Koefisien Determinasi	58
3.2 Pembahasan.....	59
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	62
4.1 Kesimpulan	62
4.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64