

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Penelitian	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	6
2.1 Kondisi Umum Perusahaan	6
2.2 Visi Perusahaan	7
2.3 Misi Perusahaan	7
2.4 Logo.....	7
2.5 Produk dan Harga Produk	7
BAB III LANDASAN TEORI.....	9
3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	9
3.1.1 Bauran Komunikasi Pemasaran (Marketing Communication Mix).....	11
3.2 Pengertian Word Of Mouth Communication	13
3.2.1 Elemen – elemen Word Of Mouth Communication	14
3.2.2 Indikator <i>Word Of Mouth Communication</i>	15
3.3 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	16
3.3.1 Tingkatan Brand Awareness	17

3.3.2	Indikator – indikator <i>Brand Awareness</i>	18
3.4	Metodologi Penulisan.....	19
3.4.1	Desain Penelitian.....	19
3.4.2	Jenis Data dan Metode Penelitian	20
3.4.3	Tempat dan waktu	21
3.4.4	Populasi dan Sampel	21
3.4.5	Cara Pengambilan Data Sampel.....	23
3.4.6	Variabel dan Definisi Operasional	23
3.4.7	Teknik Analisis Data.....	25
3.4.8	Hipotesis.....	28
3.4.9	Pengujian Hipotesis.....	29
3.4.10	Penelitian Terdahulu	30
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		34
4.1.	Analisis	34
4.1.1	Responden	34
4.1.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	36
4.1.3	Uji Korelasi	41
4.1.4	Uji Regresi Linier Sederhana	42
4.1.5	Pengujian Hipotesis.....	44
4.1.6	Koefisien Determinasi.....	45
4.2.	Pembahasan	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		48
5.1	Kesimpulan	48
5.2	Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN.....		54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1Tingkat Konsumsi Ice Cream	2
Tabel 1.2Pangsa pasar industri Ice Cream di Indonesia Tahun 2016	3
Tabel 3.1 Indikator – indikator pembentuk <i>Brand Awareness</i>	18
Tabel 3.2 Variabel dan Definisi Operasional	24
Tabel 3.3 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 4.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2 Responden berdasarkan Usia	35
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	36
Tabel 4.4 Uji Validitas Word Of Mouth Communication (I)	37
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Word Of Mouth Communication (I).....	38
Tabel 4.6 Uji Validitas Pembentukan <i>Brand Awareness</i> (I).....	38
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Pembentukan <i>Brand Awareness</i> (I)	39
Tabel 4.8 Uji Validitas <i>Word Of Mouth Communication</i> (II).....	39
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas <i>Word Of Mouth Communication</i> (II)	39
Tabel 4.10 Uji Validitas Pembentukan <i>Brand Awareness</i> (II).....	40
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Pembentukan <i>Brand Awareness</i> (II).....	40
Tabel 4.12 Hasil Uji Korelasi.....	41
Tabel 4.13 ANOVA	42
Tabel 4.14 Hasil Regresi <i>Coefficients</i>	43
Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pikiran.....	5
Gambar 2.1 Logo Ice cream AICE	7
Gambar 3.1 Alur Komunikasi Sederhana	9
Gambar 3.2 Komunikasi Pemasaran Terintegrasi dengan Ekuitas Merek.....	12
Gambar 3.3 Piramida Brand Awareness	17
Gambar 4.1 Diagram Prosentase Jenis Kelamin	34
Gambar 4.2 Diagram Prosentase Usia Responden.....	35
Gambar 4.3 Diagram Prosentase Pekerjaan Responden	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Gambar Produk dan Harga Produk.....	54
Lampiran 2.	Kuisisioner	55
Lampiran 3.	Hasil Tabulasi Kuisisioner <i>Word Of Mouth Communication</i>	58
Lampiran 4.	Hasil Tabulasi Kuisisioner Pembentukan <i>Brand Awareness</i>	61