

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	vi
Daftar Lampiran	vii
BAB I	PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Rumusan Masalah	2
1.5. Tujuan penelitian.....	2
1.6. Manfaat Penelitian	6
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA
2.1. Kajian Literatur	8
2.1.1. Perilaku konsumen	8
2.1.2. Komunikasi Pemasaran	9
2.1.3. Logika Percakapan	11
2.1.4. Efek-Efek Granularity	13
2.1.5. Kepatuhan (Compliance).....	16
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	18
BAB III	METODE PENELITIAN
3.1. Kerangka Penelitian	19
3.2. Hipotesis Penelitian.....	20
3.3. Desain Penelitian.....	21
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	22
3.5. Teknik Pengumpulan Data dan Pengambilan Sampel	26
3.6. Metode Analisis Data.....	27
3.7. Prosedur Penelitian	28
3.8. Pengujian Hipotesa Penelitian	31
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	41
4.2. Hasil Uji Kualitas Data	37
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	40
4.3.1. Pembahasan Hasil Penelitian Hipotesis 1	40
4.3.2. Pembahasan Hasil Penelitian Hipotesis 2	41
4.4. Implikasi Terhadap Manajerial	42
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN
5.1. Kesimpulan	43
5.2. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	