

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	8
1.2.1.IdentifikasiMasalah	8
1.2.2.PembatasanMasalah	9
1.3.Perumusan Masalah	9
1.4.Tujuan Penelitian	10
1.5.Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1.Tinjauan Teori	12
2.1.1. PerilakuKonsumen	12
2.1.2. KeputusanPembelian.....	15
2.1.3. Iklan	20
2.1.4. Brand Image	24
2.1.5. Word Of Mouth.....	29
2.2.Hasil Penelitian Terdahulu	32
2.3.Hubungan antar Variabel	35
2.4.Hipotesis.....	38
2.5.Model Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1.Desain Riset.....	42
3.2.Jenis dan Sumber Data	42
3.2.1. Jenis Data	42
3.2.2.Sumber Data.....	44
3.3.Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	44
3.3.1. Populasi	44
3.3.2. Sampel.....	45

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.4. Unit Analisis	46
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	48
3.6. Teknik Analisis Data.....	50
3.6.1 Uji Validitas dan Realibilitas	50
3.6.2 Analisis Jalur.....	52
3.6.2.1 Langkah-langkah melakukan Analisis Jalur	53
3.6.3 Analisis Koefisien Determinasi	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Hasil Peneliti	58
4.1.1 Deskriptif Data/Karakteristik Data	58
4.1.2 Uji Validitas	65
4.1.3 Uji Reliabilitas	65
4.1.4 Analisis Jalur.....	65
4.1.4.1 Analisis Jalur Tahap I	66
4.1.4.2 Analisis Jalur Tahap II	69
4.1.4.3 Analisis Jalur Tahap III.....	73
4.2 Pembahasan Penelitian.....	76
4.3 Temuan Penelitian.....	81
4.4 Keterbatasan Penelitian.....	82
BAB V KESIMPULAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran Kesimpulan	84
5.3 Implikasi Penelitian Kesimpulan	85
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
1.1	Data Top Brand Indeks Deodorant	6
1.2	Data Market Share Deodorant.....	6
2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	33
3.1	Skala Likert.....	43
3.2	Operasional Variabel.....	48
4.1	Hasil Uji Validitas.....	63
4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	65
4.3	Hasil Analisis Jalur Tahap I.....	66
4.4	Hasil Koefisien Determinasi	68
4.5	Hasil Uji Regresi.....	69
4.6	Koefisien Determinasi Iklan, <i>Brand Image</i> dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.7	Hasil Perhitungan Pengaruh.....	76

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
1.1	Gambar Hasil Pra Survey	7
2.1	Perilaku Konsumen	13
2.2	Proses Keputusan Pembelian	17
2.3	Model Penelitian	39
3.1	Hubungan kausal substruktur persamaan	53
3.2	Hubungan kausal substruktur persamaan	54
4.1	Gambar Responden Jenis Kelamin	58
4.2	Gambar Responden Berdasarkan Usia	59
4.3	Gambar Responden Berdasarkan Pendidikan	60
4.4	Gambar Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.5	Gambar Responden Berdasarkan Iklan	61
4.6	Gambar Responden Berdasarkan Penggunaan Axe	62
4.7	Tahap Pertama Analisis Jalur	69
4.8	Tahap Kedua Analisis Jalur	73
4.9	Tahap Ketiga Analisis jalur	74

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Nama Lampiran	Halaman
1.	Pra Survei.....	90
2.	Kuesioner.....	92