

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENYATAAN BEBAS PLAGIASIARISME	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis.....	8
2. Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN TEORITIS	10
A. Kajian Penelitian Terdahulu	10
B. Konsep dan Teori	13
1. Teori dan Konsep Manajemen (Grand Teori)	13
2. Teori dan Konsep Manajemen Pemasaran (Middle Teori).....	19
C. Advertising	23

1. Pengertian <i>Advertising</i>	23
2. Tujuan Advertising	25
3. Indikator Advertising.....	27
D. Word Of Mouth	28
1. Pengertian Word Of Mouth	28
2. Indikator Word Of Mouth.....	29
3. Peranan Word Of Mouth	30
E. Keputusan Pembelian	32
1. Pengertian Keputusan Pembelian	32
2. Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	33
3. Tahapan proses Keputusan Pembelian	35
F. Kerangka Berpikir.....	36
G. Hipotesis.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
A. Metodologi Penelitian dan Pendekatan Penelitian	39
1. Pengertian Metodologi Penelitian.....	39
2. Pendekatan Penelitian.....	39
B. Jenis dan Sumber Data	40
1. Jenis Data.....	40
2. Sumber Data	40
C. Populasi dan Sampel.....	41
1. Populasi.....	41
2. Sampel	41
D. Operasional Variabel.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44

F. Teknik Analisis Data.....	46
1. Uji Analisis Statistik Deskriptif.....	46
2. Uji Instrumen Data Penelitian	47
3. Analisis Regresi Linear Berganda	49
4. Uji Hipotesis	49
5. Koefisien Determinasi	51
G. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Perusahaan Samsung	53
a. Sejarah Singkat	53
b. Visi dan Misi.....	55
c. Struktur Organisasi	56
d. Logo.....	61
B. Deskripsi Data	65
1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	66
2. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	72
C. Hasil Analisis Data	80
1. Hasil Uji Validitas	80
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	82
3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	84
4. Hasil Uji Hipotesis.....	86
5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	94
D. Pembahasan	95
1. Pengaruh <i>Advertising</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	95
2. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	97

3. Pengaruh *Advertising* dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian . 98

BAB V PENUTUP 101

 A. Kesimpulan..... 101

 B. Saran..... 102

DAFTAR PUSTAKA 105

LAMPIRAN 107





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG