

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
ABSTRAK	iv
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	10
B. Konsep dan Teori	23
1. Manajemen.....	23
a. Pengertian Manajemen.....	23
b. Fungsi Manajemen.....	25
2. Manajemen Pemasaran.....	28
a. Pengertian Pemasaran	28
b. Pengertian Manajemen Pemasaran	28
c. Konsep – konsep Pemasaran.....	29
3. Citra Merek	30
a. Pengertian Citra Merek	30
b. Dimensi Citra Merek.....	32

4.	<i>Word of Mouth</i> (WOM)	34
a.	Pengertian <i>Word of Mouth</i> (WOM)	34
b.	Menciptakan <i>Word of Mouth</i> (WOM)	35
c.	Dimensi <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	36
5.	Keputusan Pembelian.....	36
a.	Pengertian Keputusan Pembelian	36
b.	Proses Keputusan Pembelian	38
c.	Dimensi Keputusan Pembelian	40
C.	Kerangka Pemikiran	42
1.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	42
2.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (WOM) terhadap Keputusan Pembelian	43
3.	Pengaruh Citra Merek dan <i>Word of Mouth</i> (WOM) terhadap Keputusan Pembelian.....	44
D.	Hipotesis	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		47
A.	Metode dan Pendekatan Penelitian.....	47
B.	Jenis Data dan Sumber Data.....	48
1.	Jenis Data	48
2.	Sumber Data.....	48
C.	Populasi dan Sampel	49
1.	Populasi.....	49
2.	Sampel.....	50
D.	Variabel Penelitian	51
1.	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	51
2.	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	51
E.	Teknik Pengumpulan Data	55
F.	Teknik Analisis Data.....	56
1.	Analisis Deskriptif Statistik	56
2.	Uji Validitas	56
3.	Uji Reliabilitas	57
4.	Uji Asumsi Klasik.....	59

5.	Analisis Regresi Linear Berganda	61
6.	Uji Hipotesis	61
7.	Koefisien Determinasi	64
G.	Tempat dan Jadwal Penelitian	64
1.	Tempat Penelitian	64
2.	Jadwal Penelitian	65
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
A.	Gambaran Objek Penelitian.....	66
B.	Deskripsi Data	69
1.	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	70
2.	Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....	73
C.	Hasil Analisis Data	80
1.	Uji Validitas	80
2.	Uji Reliabilitas	81
3.	Uji Asumsi Klasik.....	83
4.	Analisis Regresi Linear Berganda	87
5.	Uji Hipotesis	89
6.	Koefisien Determinasi	92
D.	Pembahasan	93
1.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maybelline.....	93
2.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maybelline	95
3.	Pengaruh Citra Merek dan <i>Word of Mouth</i> (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Maybelline	97
BAB V	PENUTUP.....	100
A.	Kesimpulan.....	100
B.	Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102	
LAMPIRAN.....	106	