

DAFTAR ISI

LEMBAR COVER/JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI.....	iv
ABSTRAK	v
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah	9
1. Identifikasi Masalah	9
2. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Akademik	11
2. Manfaat Praktis.....	12
E. Batasan Penelitian.....	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Kajian Penelitian Terdahulu	13
B. Konsep dan Teori.....	20
1. Manajemen	21
2. Manajemen Pemasaran.....	24
3. Desain Produk	26
4. Promosi	31
5. <i>Electronic Word of Mouth</i>	38
6. Keputusan Pembelian.....	42
C. Kerangka Berpikir.....	51
D. Hipotesis.....	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	59
A. Metode dan Pendekatan Penelitian.....	59
B. Jenis dan Sumber Data	60
C. Populasi dan Sampel	61
D. Operasionalisasi Variabel Penelitian	65
E. Teknik Pengumpulan Data	68
F. Teknik Analisis Data	70
G. Tempat dan Jadwal Penelitian	80
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	82
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	82
B. Gambaran Umum Sekolah yang Diamati.....	85
C. Konsep Perolehan Data.....	86
D. Analisis Desain Produk, Promosi, dan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	88
1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	89
2. Analisis Deskriptif Instrumen Variabel	91
3. Analisis Uji Instrumen	98
4. Analisis Uji Asumsi Klasik.....	105
5. Analisis Regresi Linier Berganda	110

6. Analisis Uji Hipotesis	112
7. Analisis Uji Koefisien Determinasi	115
E. Hasil Penelitian	116
BAB V PENUTUP.....	124
A. Kesimpulan	124
B. Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN.....	133

