

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACTION.....	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BABI PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Perilaku Konsumen	15
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4 <i>Word Of Mouth</i>	19

	2.1.5 Distribusi.....	20
	2.1.6 Promosi	21
	2.2 Penelitian Rujukan	25
	2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	27
	2.4 Hipotesis	27
BAB III	METODE PENELITIAN.....	29
	3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	29
	3.1.1 Variabel Penelitian.....	29
	3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
	3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	31
	3.2.1 Populasi.....	31
	3.2.2 Sampel.....	31
	3.3 Jenis dan Sumber Data	33
	3.4 Metode Pengumpulan Data	34
	3.5 Metode Analisis Data	35
	3.5.1 Analisis Data Kualitatif.....	35
	3.5.2 Analisis Data Kuantitatif.....	36
	3.5.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas	36
	3.5.2.2 Uji Asumsi Klasik	37
	3.5.3 Analisis Linear Berganda.....	39
	3.5.4 Uji Goodness of Fit.....	39
	3.5.4.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	40
	3.5.4.2 Uji Kelayakan Model (Uji F)	40
	3.5.4.3 Uji Parsial (Uji t)	41
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Gambaran Umum Industri Perfilman Indonesia	43
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian	44
4.1.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	45
4.1.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan JenisKelamin	46
4.1.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton Film Nasional di Bioskop dalamJangka Waktu 1 Bulan	46
4.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	47
4.1.3.1 Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X1)	49
4.1.3.2 Variabel Distribusi (X2).....	51
4.1.3.3 Variabel Promosi (X3)	54
4.1.3.4 Variabel Keputusan Pembelian / MemilihFilm Nasional (Y)	56
4.2 Analisis Data	57
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	57
4.2.1.1 Uji Validitas	57
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	59
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.2.2.1 Uji Normalitas	60
4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas	62
4.2.2.3 Uji Multikolonieritas	64
4.2.3 Uji Regresi Linier Berganda	65
4.2.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	66
4.2.4.1 Uji Kelayakan Model (Uji F)	66

	4.2.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67
	4.2.4.3 Uji Parsial (Uji t)	68
	4.3 Intepretasi Hasil dan Pembahasan	70
	4.3.2 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Memilih Film Nasional	70
	4.3.3 Pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Memilih Film Nasional	71
	4.3.4 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Memilih Film Nasional	71
BAB V	PENUTUP	73
	5.1 Simpulan	73
	5.2 Keterbatasan Penelitian	74
	5.3 Saran	75
	5.4 Agenda Penelitian Mendatang	77
	DAFTAR PUSTAKA	78
	LAMPIRAN	81