

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	5
1.4 Sistematika Penulisan	5
BAB II TELAAH PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	7
2.1.2 Promosi.....	7
2.1.3 Word of Mouth.....	8
2.1.4 Brand Awareness	9
2.1.5 Minat Beli	10
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	12
2.2.1 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli.....	12

4.1.2.3 Deskripsi Umum Responden Menurut Pekerjaan ..	32
4.2 Analisis Data	32
4.2.1 Deskripsi Penelitian Data Variabel	32
4.2.1.1 Deskripsi Variabel Promosi	34
4.2.1.2 Deskripsi Variabel Word of Mouth.....	35
4.2.1.3 Deskripsi Variabel Brand Awareness	35
4.2.1.4 Deskripsi Variabel Minat Beli	36
4.2.2 Uji Validitas	37
4.2.3 Uji Reliabilitas	39
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	40
4.2.4.1 Uji Normalitas.....	40
4.2.4.2 Uji Multikolinearitas	41
4.2.4.3 Uji heteroskedastisitas.....	42
4.2.5 Pengujian Hipotesis.....	43
4.2.5.1 Uji F	43
4.4.1 Uji t	44
4.2.6 Analisis Regresi Linier.....	46
4.2.7 Uji Koefisien Determinasi	47
4.3 Pembahasan	48
4.3.1 Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli	48
4.3.2 Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli.....	48
4.3.3 Pengaruh Brand Awareness terhadap Minat beli	48
BAB V PENUTUP	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Keterbatasan	49
5.3 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53