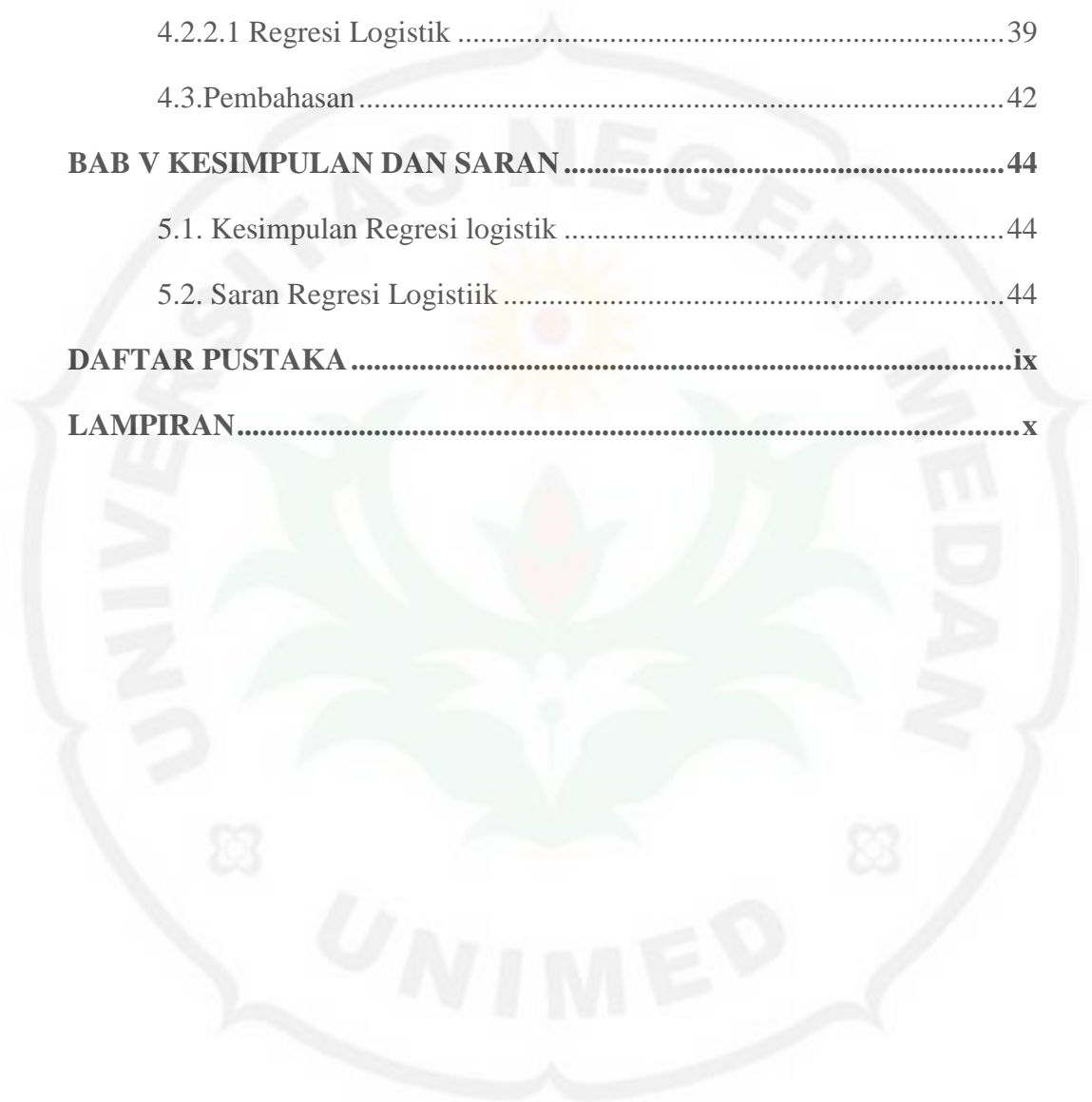


DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak	i
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Identifikasi Masalah	6
1.3.Pembatasan Masalah.....	6
1.4.Perumusan Masalah	7
1.5.Tujuan Penelitian	7
1.6.Manfaat penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Kerangka Teoritis	9
2.1.1. <i>word of mouth</i>	9
2.1.1.1. Pengertian <i>word of mouth</i>	9
2.1.1.2. alasan penggunaan <i>word of mouth</i>	10
2.1.1.3. faktor-faktor yang mempengaruhi <i>word of mouth</i>	11
2.1.1.4.karakteristik <i>word of mouth</i>	11
2.1.1.5 membangun <i>word of mouth yang positif</i>	12
2.1.2. Iklan	13

2.1.2.1. Pengertian Iklan.....	13
2.1.2.2. Tujuan Iklan.....	13
2.1.2.3. Jenis-jenis Iklan.....	14
2.1.2.4. Media Iklan.....	14
2.1.2.5. ciri-ciri khas periklanan.....	16
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	16
2.1.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.1.3.2. Pengambilan Keputusan Pembelian.....	17
2.1.3.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	18
2.2. Penelitian Yang Relevan.....	21
2.3. Kerangka Berpikir.....	23
2.4. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1. Lokasi Penelitian.....	26
3.2. Populasi dan Sampel.....	26
3.3. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	27
3.4. Teknik Analisis Data.....	29
3.5. Regresi Logistik.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1. Hasil Penelitian.....	32
4.1.1. Sejarah perusahaan.....	32
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	38
4.2.1. Deskripsi Responden.....	38
4.2.2. Analisis Data Penelitian.....	39

4.2.2.1 Regresi Logistik	39
4.3.Pembahasan	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	44
5.1. Kesimpulan Regresi logistik	44
5.2. Saran Regresi Logistiik	44
DAFTAR PUSTAKA	ix
LAMPIRAN.....	x



THE
Character Building
UNIVERSITY