

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>.....</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>.....</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Tinjauan Pustaka .....	11
1.5.1 Tinjauan Teoritis .....	11
1.5.1.1. Bauran Pemasaran .....	11
1.5.1.2. Harga .....	14
1.5.1.3. Citra Merek.....	21
1.5.1.4. <i>Word Of Mouth</i> .....	28
1.5.1.5. Keputusan Pembelian .....	33
1.5.2 Tinjauan Empiris .....	36
1.5.3 Hubungan Variabel .....	43
1.6 Kerangka Pemikiran.....	47
1.7 Definisi Konsep dan Operasional.....	49

1.7.1. Definisi Konsep .....	49
1.7.2. Definisi Operasional .....	50
1.8 Hipotesis.....	52
1.9 Metode Penelitian.....	53
1.9.1 Tipe Penelitian .....	53
1.9.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	53
1.9.3 Lokasi Penelitian.....	53
1.9.4 Sumber Data.....	53
1.9.5 Teknik Pengumpulan Data.....	54
1.9.6 Populasi dan Sampel .....	54
1.9.7 Teknik Sampling.....	56
1.9.8 Uji Validitas .....	56
1.9.9 Uji Realibilitas .....	57
1.9.10 Teknik Analisis Data.....	57
1.9.10.1 Analisis Deskriptif.....	57
1.9.10.2 Analisis Inferensial.....	58
1.9.11 Uji Asumsi Klasik.....	58
1.9.12 Analisis Regresi Berganda.....	59
1.9.13 Uji Hipotesis .....	60
1.9.13.1 Uji F (simultan) .....	60
1.9.13.2 Uji t (parsial).....	61
1.9.13.3 Uji R <sup>2</sup> (koefisien determinan) .....	62
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>63</b>
2.1 Sejarah Perusahaan.....	63

2.2 Visi .....	64
2.3 Misi .....	64
2.4 Harga .....	65
2.5 Fasilitas .....	65
2.6 Citra Merek .....	66
2.7 <i>Word Of Mouth</i> .....	66
2.8 Struktur Organisasi .....	67
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>68</b>
3.1 Karakteristik Responden .....	68
3.2 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas .....	70
3.3 Analisis Data Hasil Penelitian .....	72
3.4 Analisis Regresi Berganda .....	102
3.5 Uji Asumsi Klasik .....	103
3.4 Uji Hipotesis .....	106
3.4 Pembahasan .....	108
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>112</b>
4.1 Kesimpulan .....	112
4.2 Saran .....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>115</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>116</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Harga Karaoke Masterpiece.....	6
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 1.3 Skala Likert.....	52
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2.1 Harga Karaoke Masterpiece.....	65
Tabel 3.1 Karakteristik Responden berdasarkan usia.....	69
Tabel 3.2 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	70
Tabel 3.3 Uji Validitas.....	71
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 3.5 Kategori Skor.....	73
Tabel 3.6 Skala Distribusi.....	74
Tabel 3.7 Harga Tarif di karaoke Masterpiece Yogyakarta terjangkau.....	74
Tabel 3.8 Harga bervariasi sesuai dengan ukuran room berkaraoke.....	76
Tabel 3.9 Adanya potongan harga di setiap bulan.....	76
Tabel 3.10 Harga tarif karaoke Masterpiece mampu bersaing.....	77
Tabel 3.11 Harga di karaoke Masterpiece Yogyakarta sesuai dengan manfaat.....	78
Tabel 3.12 Harga di karaoke Masterpiece Yogyakarta memiliki manfaat yang bagus.....	79
Tabel 3.13 Rekapitulasi rata-rata item harga.....	80
Tabel 3.14 Karaoke masterpiece yogyakarta memiliki citra yang baik.....	81
Tabel 3.15 Karaoke masterpiece yogyakarta memiliki citra yang mudah diingat.....	82
Tabel 3.16 Karaoke masterpiece yogyakarta memiliki citra merek yang khas.....	83
Tabel 3.17 Karaoke Masterpiece Yogyakarta mampu memberikan nilai yang baik.....	84
Tabel 3.18 Karaoke Masterpiece Yogyakarta memiliki brand ambassador yang mampu memberikan kesan yang positif dan dikenal banyak orang.....	85

Tabel 3.19 Karaoke masterpiece yogyakarta memiliki keunggulan dibanding karaoke lainnya.....	86
Tabel 3.20 Rekapitulasi rata-rata item citra merek.....	87
Tabel 3.21 Saya mendapatkan informasi karaoke masterpiece yogyakarta melalui mulut ke mulut.....	88
Tabel 3.22 Informasi yang saya dapat merupakan informasi yang positif mengenai karaoke masterpiece yogyakarta.....	89
Tabel 3.23 Adanya informasi dari mulut ke mulut mendorong saya untuk berkaraoke di Masterpiece Yogyakarta.....	90
Tabel 3.24 Teman atau kerabat memberikan saya rekomendasi yang baik dan jelas.....	91
Tabel 3.25 WOM berisi rekomendasi untuk mengunjungi karaoke Masterpiece Yogyakarta.....	92
Tabel 3.26 Rekapitulasi rata-rata item <i>word of mouth</i> .....	93
Tabel 3.27 Saya merasa mantap berkaraoke di Masterpiece Yogyakarta.....	94
Tabel 3.28 Saya merasa senang berkaraoke di Masterpiece Yogyakarta.....	95
Tabel 3.29 Saya merasa berkaraoke di Masterpiece Yogyakarta sesuai dengan kemauan diri sendiri.....	96
Tabel 3.30 Saya merasa berkaraoke di Masterpiece Yogyakarta telah menjadi kebutuhan saya.....	97
Tabel 3.31 Saya akan memberikan rekomendasi pada orang lain untuk memilih karaoke Masterpiece Yogyakarta sebagai tempat tujuan.....	98
Tabel 3.32 Saya akan mengajak teman atau kerabat untuk berkaraoke di Masterpiece Yogyakarta.....	99
Tabel3.33 Saya akan kembali lagi ke Masterpiece Yogyakarta untuk berkaraoke di waktu luang.....	100
Tabel 3.34 Rekapitulasi rata-rata item keputusan pembelian.....	101
Tabel 3.35 Analisis Linear Berganda.....	102
Tabel 3.36 Uji Normalitas.....	103
Tabel 3.37 Uji Multikolinearitas.....	104
Tabel 3.38 Uji t parsial.....	106
Tabel 3.39 Uji Hipotesis secara simultan.....	107

Tabel 3.40 Uji Koefisien Determinasi.....	108
---	-----

### **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Data Konsumen Masterpiece tahun 2017.....	5
Gambar 1.2 Logo Masterpiece.....	7
Gambar 1.3 Proses Komunikasi <i>Word Of Mouth</i> .....	26
Gambar 1.4 Kerangka Pemikiran .....	44
Gambar 1.5 Hipotesis.....	49
Gambar 1.6 Struktur Organisasi.....	65
Gambar 3.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	104