

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademik	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Kerangka Teori	9
1.5.1 Teori Kemungkinan Elaborasi	9
1.6 Hipotesis	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Komunikasi Antarpribadi	13
2.2 Komunikasi <i>Word of Mourh</i>	16
2.2.1 Pengertian Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	16
2.2.2 Aliran Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	19
2.2.3 Karakteristik Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	20

2.2.4	Dimensi Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	21
2.2.5	Kelebihan dan Kekurangan Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	22
2.2.6	Faktor Pembentuk Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	23
2.3	<i>Brand Image</i>	24
2.3.1	Pengertian <i>Brand Image</i>	24
2.3.2	Dimensi <i>Brand Image</i>	26
2.3.3	Manfaat <i>Brand Image</i>	26
2.3.4	Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	28
2.4	Penelitian Terdahulu	30
BAB III		33
METODE PENELITIAN		33
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Obyek Penelitian	34
3.3	Sumber Data.....	34
3.3.1	Data Primer	34
3.3.2	Data Sekunder	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4.1	Kuesioner	35
3.4.2	Studi Pustaka.....	35
3.5	Populasi dan Sampel	35
3.5.1	Populasi	35
3.5.2	Sampel.....	36
3.6	Variabel Penelitian.....	37
3.7	Definisi Konseptual	39
3.7.1	<i>Word of Mouth (X)</i>	39
3.7.2	<i>Brand Image (Y)</i>	40
3.8	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.9	Skala Pengumpulan Data	44
3.10	Uji Instrumen	45
3.10.1	Uji Validitas	45
3.10.2	Uji Reliabilitas	48

3.11	Teknik Analisis Data.....	50
3.11.1	Uji Normalitas.....	51
3.11.2	Uji Linieritas	51
3.11.3	Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	52
3.11.4	Analisis Regresi Sederhana.....	53
3.11.5	Uji <i>R Square</i> (Koefisien Determiaasi).....	54
3.11.6	Uji Signifikansi (Uji T).....	55
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1	Deskripsi Umum Penelitian	56
4.2	Deskripsi PT. Mekar Armada Jaya	57
4.2.1	Profil PT. Mekar Armada Jaya.....	57
4.2.2	Visi & Misi PT. Mekar Armada Jaya	59
4.2.3	Sejarah PT. Mekar Armada Jaya.....	59
4.2.4	Lokasi PT. Mekar Armada Jaya.....	63
4.2.5	Tujuan PT. Mekar Armada Jaya	63
4.3	Deskripsi Responden	64
4.3.1	Jenis Kelamin	64
4.3.2	Usia Responden.....	65
4.3.3	Pendapatan	66
4.3.4	Lama Bekerja	67
4.3.5	Penggunaan Produk New Armada	68
4.4	Hasil Penelitian	69
4.4.1	Deskripsi Variabel <i>Word of Mouth</i>	70
4.4.2	Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>	80
4.5	Hasil Uji Prasyarat	97
4.5.1	Uji Normalitas.....	97
4.5.2	Uji Linieritas	98
4.6	Hasil Analisis Data	99
4.6.1	Analisis <i>Product Moment</i>	99
4.6.2	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	103

4.6.3	Uji Signifikansi T	106
4.6.4	Analisis Koefisien Determinasi	107
4.7	Pembahasan.....	109
BAB V	116
PENUTUP	116
5.1	Kesimpulan	116
5.2	Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	122
Lampiran 1	123
Lampiran 2	127
Lampiran 3	131
Lampiran 4	133
Lampiran 5	135

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	42
Tabel 3. 2 Indikator <i>Brand Image</i>	43
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai R.....	49
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 3. 6 Analisis Interpretasi Nilai R.....	53
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasar Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasar Usia	65
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasar Pendapatan	66
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasar Pengalaman Kerja.....	67
Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden Pada Pengguna Produk New Armada.....	68
Tabel 4. 6 Deskriptif Statistik <i>Word Of Mouth</i>	70
Tabel 4. 7 Hasil Kategori Variabel <i>Word Of Mouth</i>	71
Tabel 4. 8 “Keinginan Untuk Merekomendasikan Produk”	73
Tabel 4. 9 “Keinginan Untuk Merekomendasikan Produk”	74
Tabel 4. 10 “Kuantitas Frekuensi Dengan Orang Lain”	75
Tabel 4. 11 “Kuantitas Frekuensi Dengan Orang Lain”	76
Tabel 4. 12 “Keinginan Untuk Menceritakan Informasi Yang Positif”	78
Tabel 4. 13 “Keinginan Untuk Menceritakan Informasi Yang Positif”	79
Tabel 4. 14 Deskripsi Statistik <i>Brand Image</i>	81
Tabel 4. 15 Hasil Kategori Variabel <i>Brand Image</i>	82
Tabel 4. 16 “Keunggulan Merek”	83
Tabel 4. 17 “Keunggulan Merek”	84
Tabel 4. 18 “Keunggulan Merek”	86
Tabel 4. 19 “Keunggulan Merek”	87
Tabel 4. 20 “Keunggulan Merek”	88
Tabel 4. 21 “Kekuatan Merek”	89
Tabel 4. 22 “Kekuatan Merek”	90
Tabel 4. 23 “Kekuatan Merek”	92
Tabel 4. 24 “Kekuatan Merek”	93
Tabel 4. 25 “Keunikan Merek”	94
Tabel 4. 26 “Keunikan Merek”	95
Tabel 4. 27 Hasil Uji Normalitas Data.....	97
Tabel 4. 28 Hasil Uji Linearitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	99
Tabel 4. 29 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R.....	101
Tabel 4. 30 Hasil Korelasi Antara <i>Word Of Mouth</i> Dan <i>Brand Image</i>	101
Tabel 4. 31 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (Anova)	104

Tabel 4. 32 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (Coefficients)	104
Tabel 4. 33 Hasil Uji R <i>Square</i>	108
Tabel 4. 34 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik pertumbuhan ekonomi triwulan.....	1
Gambar 4. 1 Grafik Deskriptif Statistik <i>word of mouth</i>	72
Gambar 4. 2 Grafik Deskriptif Statistik <i>brand image</i>	82