

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Penulisan	12
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	15
1. Manajemen Pemasaran	15
2. Komunikasi Pemasaran.....	21
3. Perilaku Konsumen.....	25
4. Iklan	27
a. Pengertian Iklan.....	27
b. Fungsi Iklan.....	29
c. Sifat-sifat Iklan	30
d. Tipe-tipe Iklan	32
e. Tujuan Periklanan.....	33
f. Daya Tarik Periklanan	34
g. Pemilihan Media Iklan	36
h. Indikator-indikator Iklan	42
5. <i>Word of Mouth</i>	43
a. Pengertian <i>Word of Mouth</i>	43
b. Jenis-Jenis <i>Word of Mouth</i>	44
c. <i>Word of Mouth</i> dalam Perspektif Islam.....	45

d. Manfaat Utama Melakukan <i>Word of Mouth</i>	47
e. Faktor-faktor <i>Word of Mouth</i>	48
f. Indikator-indikator <i>Word of Mouth</i>	48
6. Keputusan Pembelian.....	49
a. Pengertian Keputusan Pembelian	49
b. Keputusan Pembelian dalam Islam.....	50
c. Tipe-tipe Pengambilan Keputusan Konsumen	53
d. Tahapan Proses Keputusan Pembelian	54
e. Indikator-indikator Keputusan Pembelian	57
B. Penelitian Terdahulu	57
C. Kerangka Berfikir	61
D. Hipotesis Penelitian	62
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	65
B. <i>Setting</i> Penelitian	65
C. Populasi dan Sampel.....	66
D. Variabel Penelitian.....	67
E. Definisi Operasional Variabel	68
F. Sumber Data Penelitian.....	70
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	71
H. Teknik Pengumpulan Data.....	72
I. Analisis Data	73
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	79
1. Gambaran Umum Perusahaan Indosat Ooredoo.....	79
2. Gambaran Umum Responden.....	80
3. Deskripsi Data Penelitian	83
4. Uji Instrumen Penelitian	91
5. Uji Prasyarat.....	93
6. Uji Hipotesis.....	97
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	102

1. Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Paket Data Indosat Ooredoo pada Konsumen di Desa XXX..	102
2. Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Paket Data Indosat Ooredoo pada Konsumen di Desa XXX	104
3. Pengaruh Iklan dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Paket Data Indosat Ooredoo pada Konsumen di Desa XXX.....	105
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	107
B. Implikasi Penelitian	108
C. Keterbatasan Penelitian	108
D. Saran	109
E. Penutup	109
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel	3.1	Definisi Operasional Variabel	68
Tabel	3.2	Alternatif Jawaban Responden	73
Tabel	4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel	4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..	81
Tabel	4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	82
Tabel	4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
Tabel	4.5	Frekuensi Variabel Iklan (X1)	84
Tabel	4.6	Frekuensi Variabel <i>Word of Mouth</i> (X2)	87
Tabel	4.7	Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	89
Tabel	4.8	Hasil Uji Validitas Instrumen	91
Tabel	4.9	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	93
Tabel	4.10	Hasil Uji Normalitas dengan Teknik Kolmogrov-Smirnov	94
Tabel	4.11	Hasil Uji Multikolonieritas	96
Tabel	4.12	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	98
Tabel	4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	99
Tabel	4.14	Hasil Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji F)	100
Tabel	4.15	Hasil Uji Parsial (Uji t)	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	62
Gambar 4.1 Grafik Normal P.P Plot	95
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	97

