

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>1.3.1 Maksud Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>1.3.2 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4.1 Kegunaan Teoritis.....</b>	<b>9</b>
<b>1.4.2 Kegunaan Praktis.....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> <b>.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Tinjauan Pustaka.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.2.1 Definisi Komunikasi.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.2.2 Proses Komunikasi.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.2.3 Unsur – Unsur Komunikasi .....</b>	<b>14</b>

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi .....	15
2.1.3 Tinjauan Komunikasi Interpersonal.....	16
2.1.3.1 Definisi Komunikasi Interpersonal .....	16
2.1.3.2 Klasifikasi Komunikasi Interpersonal.....	16
2.1.3.3 Tujuan Komunikasi Interpersonal .....	17
2.1.4 Tinjauan Komunikasi Pemasaran .....	17
2.1.4.1 Definisi Komunikasi Pemasaran .....	17
2.1.4.2 Fungsi Komunikasi Pemasaran.....	19
2.1.5 Tinjauan <i>Word of Mouth</i> .....	20
2.1.5.1 Definisi <i>Word of Mouth</i> .....	20
2.1.5.2 <i>Word of Mouth</i> Yang Efektif .....	22
2.1.5.3 Kekuatan <i>Word of Mouth</i> .....	23
2.1.5.4 Elemen – elemen <i>Word of Mouth</i> .....	23
2.1.5.5 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Word of Mouth</i> .....	26
2.1.5.6 Proses <i>Word of Mouth Communication</i> .....	28
2.1.6 Tinjauan Keputusan Pembelian .....	29
2.1.6.1 Definisi Keputusan Pembelian .....	29
2.1.6.2 Proses Keputusan Pembelian .....	30
2.1.6.3 Dimensi Keputusan Pembelian .....	32
2.1.7 Tinjauan Perilaku Konsumen.....	33
2.2 Kerangka Pemikiran .....	35
2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	36
2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual.....	39
2.2.3 Alur Kerangka Pemikiran .....	42
2.3 Hipotesis .....	43
2.3.1 Hipotesis Induk .....	43
2.3.2 Hipotesis Pendukung .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
<b>3.1 Desain Penelitian .....</b>	<b>46</b>

<b>3.2 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>47</b>
<b>3.2.1 Populasi Penelitian (N) .....</b>	<b>47</b>
<b>3.2.2 Sampel Penelitian .....</b>	<b>47</b>
<b>3.3 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>49</b>
<b>3.3.1 Studi Pustaka .....</b>	<b>49</b>
<b>3.3.2 Studi Lapangan .....</b>	<b>50</b>
<b>3.4 Operasionalisasi Variabel .....</b>	<b>50</b>
<b>3.5 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>53</b>
<b>3.5.1 Uji Validitas .....</b>	<b>55</b>
<b>3.5.2 Uji Reliabilitas .....</b>	<b>56</b>
<b>3.5.3 Uji Statistik Penelitian .....</b>	<b>57</b>
<b>3.5.4 Uji Hipotesis .....</b>	<b>58</b>
<b>3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....</b>	<b>58</b>
<b>3.6.1 Lokasi Penelitian .....</b>	<b>58</b>
<b>3.6.2 Waktu Penelitian .....</b>	<b>59</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian .....</b>	<b>61</b>
<b>4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....</b>	<b>62</b>
<b>4.1.1.1 Sejarah Ms. Glow Beauty .....</b>	<b>62</b>
<b>4.1.1.2 Visi Misi Ms. Glow Beauty .....</b>	<b>63</b>
<b>4.1.2 Analisa Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>63</b>
<b>4.1.2.1 Analisa Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>64</b>
<b>4.1.2.2 Analisa Hasil Uji Reliabilitas .....</b>	<b>66</b>
<b>4.1.3 Analisa Hasil Penelitian .....</b>	<b>67</b>
<b>4.1.3.1 Analisa Data Responden .....</b>	<b>68</b>
<b>4.1.3.2 Analisa Skor Pernyataan Angket .....</b>	<b>69</b>
<b>4.1.4 Uji Statistik Penelitian .....</b>	<b>98</b>
<b>4.1.4.1 Analisa Regresi Linear Sederhana <i>Talkers</i> (Pembicara) (X1)                     Dengan Keputusan Pembelian (Y) .....</b>	<b>99</b>

4.1.4.2 Analisa Regresi Linear Sederhana <i>Topics</i> (Topik) (X2) Dengan Keputusan Pembelian (Y) .....	101
4.1.4.3 Analisa Regresi Linear Sederhana <i>Tools</i> (Alat) (X3) Dengan Keputusan Pembelian (Y) .....	103
4.1.4.4 Analisa Regresi Linear Sederhana <i>Taking Part</i> (Partisipasi) (X4) Dengan Keputusan Pembelian (Y) .....	105
4.1.4.5 Analisa Regresi Linear Sederhana <i>Tracking</i> (Pengawasan) (X5) Dengan Keputusan Pembelian (Y) .....	107
4.1.4.6 Analisa Regresi Linear Sederhana <i>Word of Mouth</i> Dengan Pilihan Produk (Y1).....	109
4.1.4.7 Analisa Regresi Linear Sederhana <i>Word of Mouth</i> Dengan Pilihan Penyalur (Y2).....	111
4.1.4.8 Analisa Regresi Linear Sederhana <i>Word of Mouth</i> Dengan Waktu Pembelian (Y3).....	113
4.1.4.9 Analisa Regresi Linear Sederhana <i>Word of Mouth</i> Dengan Jumlah Pembelian (Y4).....	115
4.1.4.10 Analisa Regresi Linear Sederhana <i>Word of Mouth</i> Dengan Keputusan Pembelian (Y) .....	117
<b>4.2 Pembahasan .....</b>	<b>119</b>
4.2.1 Pengaruh <i>Talkers</i> (Pembicara) <i>Ms. Glow Beauty</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di <i>Reseller</i> Cikitu.....	120
4.2.2 Pengaruh <i>Topics</i> (Topik) <i>Ms. Glow Beauty</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di <i>Reseller</i> Cikitu .....	121
4.2.3 Pengaruh <i>Tools</i> (Alat) <i>Ms. Glow Beauty</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di <i>Reseller</i> Cikitu .....	123
4.2.4 Pengaruh <i>Taking Part</i> (Partisipasi) <i>Ms. Glow Beauty</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di <i>Reseller</i> Cikitu .....	124
4.2.5 Pengaruh <i>Tracking</i> (Pengawasan) <i>Ms. Glow Beauty</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di <i>Reseller</i> Cikitu .....	125
4.2.6 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> <i>Ms. Glow Beauty</i> Terhadap Pilihan Produk Pada Konsumen Di <i>Reseller</i> Cikitu .....	126
4.2.7 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> <i>Ms. Glow Beauty</i> Terhadap Pilihan Penyalur Pada Konsumen Di <i>Reseller</i> Cikitu.....	127

4.2.8 Pengaruh <i>Word of Mouth Ms. Glow Beauty</i> Terhadap Waktu Pembelian Pada Konsumen Di <i>Reseller Cikitu</i> .....	128
4.2.9 Pengaruh <i>Word of Mouth Ms. Glow Beauty</i> Terhadap Jumlah Pembelian Pada Konsumen Di <i>Reseller Cikitu</i> .....	129
4.2.10 Pengaruh <i>Word of Mouth Ms. Glow Beauty</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di <i>Reseller Cikitu</i> .....	130
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>133</b>
5.1 Kesimpulan .....	133
5.2 Saran.....	137
5.2.1 Saran Untuk <i>Reseller Ms. Glow Beauty Cikitu</i> .....	138
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya .....	139
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>140</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>142</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>171</b>