

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
Berita Acara	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	xi
Abstrak	xvi
Abstract	xvii
BAB I	1
Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II	6
Kajian Pustaka	6
2.1. Landasan Teori dan Hasil Penelitian Terdahulu	6

1. <i>Word of Mouth</i>	6
2. Advertorial	8
3. Iklan	12
4. Citra Merek	17
2.2. Kerangka Penelitian	20
BAB III	21
Metode Penelitian	21
3.1. Definisi Operasional	21
1. Identifikasi Variabel	21
A. Variabel Independen	21
B. Variabel Intervening	21
C. Variabel Dependen	22
2. Indikator	22
A. Advertorial	22
B. Iklan	23
C. Citra Merek	24
D. WOM	25
3. Skala Pengukuran Variabel	26
A. Validitas	26
B. Uji Reabilitas	26
C. Analisis Deskriptif	27
3.2. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	27
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	28

1. Populasi	28
2. Sampel	28
3. Teknik Pengambilan Sampel	28
3.4. Teknik Analisis Data	29
BAB IV	32
Analisis Data dan Pembahasan	32
4.1. Uji Validitas dan Reabilitas	32
1. Uji Validitas	32
2. Uji Reabilitas	34
4.2. Analisis Deskriptif Responden	35
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
3. Karakteristik Responden Terhadap Variabel Penelitian	37
A. Variabel Advertorial	38
B. Variabel Iklan	39
C. Variabel Citra Merek	40
D. Variabel WOM	41
4.3. Analisis Regresi	42
1. Model Regresi 1	42
A. Interpretasi Model Regresi 1	43
B. Pengujian Pengaruh Variabel Advertorial dan Iklan Terhadap Citra Merek	44
C. Uji F	46

D. Analisis Koefisien Determinasi Ganda _____	47
E. Analisis Korelasi Koefisien Determinasi Parsial _____	47
C. Uji Asumsi Klasik _____	47
2. Model Regresi 2 _____	51
A. Interpretasi Model Regresi _____	51
B. Pengujian Pengaruh Variabel	
Citra Merek Terhadap WOM _____	52
C. Analisis Koefisien Determinasi Ganda _____	53
D. Uji Asumsi Klasik _____	53
4.4. Pembahasan _____	56
1. Pengaruh Advertorial Terhadap Citra Merek _____	56
2. Pengaruh Iklan Terhadap Citra Merek _____	57
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap WOM _____	59
BAB V _____	62
Kesimpulan dan Saran _____	62
5.1. Kesimpulan _____	62
5.2. Saran _____	62
DAFTAR PUSTAKA _____	63
LAMPIRAN _____	66
6.1. Lampiran Kuesioner _____	67
6.2. Olah Data _____	72
6.2. Uji Validitas dan Reabilitas _____	93

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas _____	32
Tabel 4.2 Hasil Uji Reabilitas _____	35
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden _____	36
Tabel 4.4 Usia Responden _____	36
Tabel 4.5 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Advertorial _____	38
Tabel 4.6 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Iklan _____	39
Tabel 4.7 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Citra Merek _____	40
Tabel 4.8 Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel WOM _____	41
Tabel 4.9 Hasil Regresi Berganda Model 1 _____	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas _____	48
Tabel 4.12 Asumsi Klasik Multikolinieritas Model 1 _____	49
Tabel 4.13 Hasil Regresi Sederhana Model 2 _____	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Model 2 _____	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Advertorial Majalah _____	11
Gambar 2.2 Contoh Iklan Majalah _____	16
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian _____	20
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas _____	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas _____	55

