

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	I
HALAMAN JUDUL	II
LEMBAR PERSETUJUAN	III
PENGESAHAN	IV
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	V
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI	VI
MOTTO	VII
PERSEMBAHAN	VIII
KATA PENGANTAR	IX
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR GAMBAR	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Penegasan Istilah	8
F. Sistematika Penulisan Skripsi.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. <i>Word of Mouth</i> (WOM)	13
B. <i>Marketing Mix</i>	18
C. Penelitian Terdahulu	23
D. Kerangka Konseptual.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	29
B. Lokasi Penelitian	30
C. Kehadiran Peneliti	30

D. Data dan Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Teknik Analisis Data	35
G. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN	37
A. Gambaran Objek Penelitian	37
B. Paparan Data Penelitian	39
BAB V PEMBAHASAN.....	64
A. Strategi Promosi Berbasis <i>Word of Mouth</i> (WOM) Diterapkan Oleh UD..... Andi Karya Dalam Memasarkan Bahan Bangunan.....	64
B. Faktor-Faktor Dalam Bauran Pemasaran Yang Memengaruhi Munculnya Rekomendasi Dari Pelanggan (<i>Word of Mouth</i> (WOM)).....	68
C. Persepsi Konsumen Terhadap Efektivitas Informasi Dari Mulut Ke Mulut Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian	73
BAB VI PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN-LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Triangulasi Data.....	55
Tabel 4.2 Reduksi Data.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	27
Gambar 4.1 Produk di UD Andi Karya.....	40
Gambar 4.2 Lokasi UD Andi Karya.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kartu Bimbingan Skripsi.....	83
Lampiran 2: Surat Izin Penelitian	84
Lampiran 3: Kartu Kendali Skripsi.....	85
Lampiran 4: Pedoman Wawancara	98
Lampiran 5: Dokumentasi Wawancara.....	103
Lampiran 6. Biodatas Penulis	105