

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Produk Bakso Boedjangan	1
1.1.3 Visi Misi Perudahaan	2
1.1.4 Logo Bakso Boedjangan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5.1 Kegunaan Teoritis	15
1.5.2 Kegunaan Praktis	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUNGAN PENELITIAN.....	17
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	17
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	17

2.1.2	Komunikasi Pemasaran	18
2.1.3	<i>Word of Mouth</i>	19
2.1.4	<i>Electronic Word of Mouth</i>	20
2.1.5	Proses Keputusan Pembelian	22
2.1.6	Keputusan Pembelian.....	24
2.1.7	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.2	Penelitian Terdahulu.....	26
2.3	Kerangka Pemikiran	40
2.4	Hipotesis	42
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	42
2.5.1	Variable dan Subvariable	42
2.5.2	Lokasi dan Objek Penelitian	42
2.5.3	Waktu dan Periode Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1	Jenis Penelitian	43
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	44
3.2.1	Variabel Operasional.....	44
3.2.2	Skala Pengukuran.....	47
3.3	Tahapan Penelitian	48
3.4	Populasi dan Sampel	52
3.4.1	Populasi.....	52
3.4.2	Sampel.....	52
3.5	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	53
3.5.1	Sumber Data.....	53
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	54

3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	54
3.6.1	Uji Validitas	54
3.6.2	Uji Reliabilitas	57
3.7	Teknik Analisis Data	58
3.7.1	Analisis Deskriptif	58
3.7.2	Method Succesive Interval (MSI)	60
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	61
3.7.4	Analisis Regresi Linier Sederhana	62
3.8	Uji Hipotesis	63
3.8.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	63
3.8.2	Koefisien Determinasi	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		66
4.1	Karakteristik Responden	66
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.1.2	Karakteristik Responden Lokasi Pembelian	67
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	68
4.1.4	Karakteristik Responden Usia	69
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang Saku Perbulan	70
4.2	Hasil Penelitian	71
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	72
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	80
4.3	<i>Method of Succesive Interval</i> (MSI)	87
4.4	Uji Asumsi Klasik	88

4.4.1	Uji Normalitas	88
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas	90
4.5	Analisis Regresi Linier Sederhana	91
4.6	Uji Hipotesis	92
4.6.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	92
4.6.2	Koefisien Determinasi	93
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		96
5.1	Kesimpulan	96
5.2	Saran	97
5.2.1	Saran untuk Perusahaan	97
5.2.2	Saran untuk Peneliti Selanjutnya	97
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN		103