

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	1
1.1.2 Produk yang ditawarkan.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	4
1.3 Perumusan Masalah .....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	12
1.5 Manfaat penelitian .....	12
1.5.1 Aspek Teoritis .....	12
1.5.2 Aspek Praktis .....	12
1.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	12
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	15
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.1.4 Word of Mouth.....	17
2.1.5 Electronic Word of Mouth .....	18

2.1.6 Perilaku Konsumen .....	20
2.1.7 Proses Pengambilan Keputusan .....	21
2.1.8 Hubungan Electronic Word of Mouth terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.2 Kerangka Pemikiran .....	35
2.3 Hipotesis Penelitian .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	38
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	38
3.2.1 Variabel Operasional.....	38
3.3.2 Skala Pengukuran.....	43
3.3 Tahapan Penelitian.....	44
3.4 Populasi dan Sampel.....	45
3.4.1 Populasi.....	45
3.4.2 Sampel.....	45
3.5 Pengumpulan Data.....	46
3.5.1 Data Primer .....	47
3.5.2 Data Sekunder .....	47
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	47
3.6.1 Uji Validitas .....	47
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	49
3.7 Teknik Analisis Data .....	50
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	50
3.7.2 Method of Succesive Interval (MSI).....	52
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
3.8 Uji Hipotesis .....	54
3.8.1 Uji Simultan (Uji F) .....	54
3.8.2 Uji Parsial (Uji t).....	55
3.9 Koefisien Determinasi .....	56

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	58
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	60
4.2 Analisis Deskriptif .....	61
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Intensity ( $X_1$ ).....	61
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Valence of Opinion ( $X_2$ ) .....	63
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Content ( $X_3$ ) .....	65
4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Proses Keputusan Pembelian (Y).....	67
4.3 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i> .....	69
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.4.1 Uji Normalitas.....	69
4.4.2 Uji Multikolenialitas .....	71
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	72
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	73
4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	75
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	76
4.5.3 Koefisien Determinasi.....	78
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>84</b>
5.1 Kesimpulan .....	84
5.2 Saran .....	85
5.2.1 Saran untuk Perusahaan .....	85
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>91</b>