

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN PENGESAHAN | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR GAMBAR..... | vi |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR LAMPIRAN | viii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | ix |
| 1.1 Gambaran Umum Perusahaan..... | 1 |
| 1.1.1 Jenis Usaha, Nama Lokasi | 1 |
| 1.1.2 Logo Perusahaan | 1 |
| 1.1.3 Visi dan Misi Chatime | 2 |
| 1.1.4 Skala Usaha, dan Strategi Secara Umum | 2 |
| 1.1.5 Produk dan Layanan..... | 3 |
| 1.1.6 Struktur Organisasi | 5 |
| 1.2 Latar Belakang | 6 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 14 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 14 |
| 1.5 Kegunaan Praktis | 14 |
| 1.5.1 Kegunaan Teoritis | 14 |
| 1.5.2 Kegunaan Praktis | 15 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 15 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN | 16 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian | 16 |
| 2.1.1 Pemasaran | 16 |
| 2.1.2 Bauran Pemasaran..... | 16 |

| | | |
|-------|--|----|
| 2.1.3 | Komunikasi Pemasaran | 17 |
| 2.1.4 | <i>Word of Mouth Marketing</i> | 19 |
| 2.1.5 | <i>Electronic Marketing</i> | 20 |
| 2.1.6 | <i>Electronic Word of Mouth</i> | 20 |
| 2.1.7 | <i>Purchase Intention</i> | 21 |
| 2.1.8 | Hubungan eWOM dengan Minat Beli..... | 22 |
| 2.2 | Penelitian Terdahulu | 26 |
| 2.3 | Kerangka Pemikiran | 36 |
| 2.4 | Hipotesis Penelitian..... | 37 |
| 2.5 | Ruang Lingkup Penelitian..... | 37 |
| 2.5.1 | Variabel dan Sub Variabel Penelitian | 38 |
| 2.5.2 | Lokasi dan Objek Penelitian | 38 |
| 2.5.3 | Waktu dan Periode Penelitian | 38 |

BAB III METODE PENELITIAN..... 39

| | | |
|-------|---|----|
| 3.2 | Variabel Operasional..... | 40 |
| 3.2.1 | Variabel Penelitian | 40 |
| 3.2.2 | Skala Pengukuran..... | 45 |
| 3.3 | Tahapan Penelitian | 45 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel | 46 |
| 3.4.1 | Populasi | 46 |
| 3.4.2 | Sampel | 46 |
| 3.4.3 | Teknik Sampling | 47 |
| 3.5 | Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data | 48 |
| 3.5.1 | Sumber Data..... | 48 |
| 3.5.2 | Teknik Pengumpulan Data | 49 |
| 3.6 | Teknik Pengujian Data | 50 |
| 3.6.1 | Uji Validitas | 50 |

| | |
|--|-----------|
| 3.6.2 Uji Realibilitas..... | 53 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 54 |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif..... | 54 |
| 3.7.2 Uji Asumsi Klasik | 57 |
| 3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 58 |
| 3.7.4 Uji Signifikan Simultan..... | 59 |
| 3.7.6 Koefisiensi Determinasi | 61 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 63 |
| 4.1 Karakteristik Responden | 63 |
| 4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin | 63 |
| 4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia..... | 65 |
| 4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 67 |
| 4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan | 68 |
| 4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Perbulannya..... | 69 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 70 |
| 4.2.1 Analisis Deskriptif..... | 70 |
| 4.2.1.1 Tanggapan Responden mengenai <i>eWOM Quality</i> | 70 |
| 4.2.1.2 Tanggapan Responden mengenai <i>eWOM Quantity</i> | 71 |
| 4.2.1.3 Tanggapan Responden mengenai <i>Sender's Expertise</i> | 73 |
| 4.2.1.4 Tanggapan Responden mengenai <i>eWOM</i> | 75 |
| 4.2.1.5 Tanggapan Responden mengenai <i>Purchase Intention</i> | 76 |
| 4.3 Transformasi Data Ordinal menjadi Interval..... | 78 |
| 4.3.1 Uji Asumsi Klasik | 78 |
| 4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 82 |
| 4.4 Uji Hipotesis..... | 84 |
| 4.4.1 Uji Simultan | 84 |
| 4.4.2 Uji Parsial | 85 |
| 4.5 Koefisien Determinasi..... | 87 |
| 4.6 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan..... | 88 |

| | |
|---|-----------|
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 89 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 89 |
| 5.2 Saran | 89 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

