

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Identifikasi Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.6 Jadwal Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Rangkuman Teori	10
2.1.1 Marketing Communication Mix	10
2.1.2 Word Of Mouth	11
2.1.3 E-WOM	13

2.1.4 Kepercayaan Merek	13
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Hipotesis Penelitian	34
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	36
3.2.1 Variabel Penelitian	36
3.2.2 Operasional Variabel	36
3.3. Skala Pengukuran	39
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi	40
3.4.2 Sampel	40
3.4.3 Teknik Sampling	42
3.5 Pengumpulan Data	42
3.5.1 Jenis Data	42
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	43
3.6.1 Uji Validitas	43
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.7 Teknik Analisis Data	46
3.7.1 Teknik Analisis Deskriptif	46
3.7.2 Method Succesive Interval	48
3.7.3 Uji Normalitas	48
3.7.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	49
3.7.5 Pengujian Hipotesis	49
3.7.6 Operasional Variabel	50

BAB V KESIMPULAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	100
5.2.1 Bagi Perusahaan Telkomsel Flash	100
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	76
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....