

## DAFTAR ISI

.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Gambaran Umum Perusahaan .....	1
1.1.1    Sejarah Singkat Dillco <i>Chocolate</i> .....	1
1.1.2    Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.2    Latar Belakang .....	2
1.3    Identifikasi Masalah .....	5
1.4    Rumusan Masalah .....	7
1.5    Tujuan Penelitian.....	8
1.6    Kegunaan Penelitian .....	8
1.7    Sistematika Penulisan .....	9
.....	11
TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1    Kajian Pustaka .....	11
2.2    Pengertian Pemasaran .....	11
2.2.2    Komunikasi Pemasaran .....	13
2.2.3    Pengertian Bauran Pemasaran.....	13
2.2.4    Bauran Komunikasi Pemasaran .....	15
2.3    Pengertian Kepercayaan .....	16
2.3.1    Online Trust .....	17
2.3.2    Kelebihan <i>Online Trust</i> .....	18
2.3.3    Dimensi Online Trust .....	18
2.3.4    Dimensi dan Indikator Kepercayaan Konsumen .....	20
2.4    Pengertian <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	21
2.4.1    Faktor – Faktor Motivasi Yang Mempengaruhi Terjadinya WOM .....	21
2.4.2    Indikator-indikator <i>Word Of Mouth</i> .....	22
2.4.3    Manfaat Utama Melakukan WOM .....	22
2.4.4    Jenis <i>Word Of Mouth</i> .....	23
2.4.5    Proses WOM .....	24
2.5    Keputusan Pembelian .....	24

2.5.1	Definisi Keputusan Pembelian .....	24
2.5.2	Indikator Keputusan Pembelian .....	26
2.6	Penelitian Terdahulu .....	28
2.7	Kerangka pemikiran .....	53
BAB III	.....	54
3.1	Objek Penelitian .....	54
3.1.2	Bauran Pemasaran yang dilaksanakan Dillco <i>Chocolate</i> .....	54
3.1.3	Aspek Kegiatan Perusahaan .....	55
3.2	Metode Penelitian .....	55
3.2.1	Metode Penelitian Yang Digunakan .....	55
3.2.2	Jenis Penelitian.....	55
3.2.3	Populasi, Teknik Sampling, dan Sample .....	56
3.2.4	Data Yang Diperlukan Dalam Penelitian, Jenis Data & Sumber Data .....	57
3.3	Variable dan Oprasional Variable .....	59
3.3.1	Definisi Variabel Penelitian .....	59
3.3.2	Operasional Variabel Penelitian .....	60
3.4	Instrumen Penelitian, Syarat Instrumen Penelitian, Bentuk Instrumen .....	63
3.4.1	Instrumen Penelitian .....	63
3.4.2	Syarat Instrumen Penelitian .....	63
3.4.3	Bentuk Instrumen .....	72
3.5	Metode Analisis Data .....	72
3.6	Uji Hipotesis .....	76
BAB IV	.....	78
4.1	Karakteristik Responden .....	78
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Cafe .....	78
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan .....	79
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	79
4.2	Tanggapan Tentang <i>E-trust</i> dan <i>Word of mouth</i> .....	80
4.2.3	Tanggapan Responden Tentang <i>Word of mouth</i> .....	86
4.2.4	Tanggapan Responden .....	90
4.3	Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval .....	98

4.4	Uji Asumsi Klasik .....	98
4.4.1	Uji Normalitas .....	98
4.4.2	Uji Multikolinearitas .....	99
4.4.3	Uji Heterokedastisitas .....	100
4.5	Analisis Linear Berganda .....	101
4.6	Uji Hipotesis .....	103
4.6.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (F) .....	103
4.6.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (t) .....	104
4.6.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	107
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian .....	108
BAB V	.....	112
5.1	Kesimpulan.....	112
5.2	Saran .....	113
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan .....	113
5.1.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya .....	113
DAFTAR PUSTAKA	.....	114