

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACK .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	13
1.1 Latar Belakang .....	13
1.2 Fokus Penelitian .....	22
1.3 Identifikasi Masalah .....	22
1.4 Tujuan Penelitian .....	22
1.5 Kegunaan Penelitian .....	22
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	23
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	23
1.6 Waktu dan Periode Penelitian .....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	25
2.1 Penelitian Terdahulu .....	25
2.2 Kajian Teori .....	38
2.2.1 Komunikasi .....	38
2.2.2 Komunikasi Pemasaran .....	40
2.2.3 <i>Word of Mouth</i> .....	41
2.2.4 Elemen <i>Word of Mouth</i> .....	45
2.2.5 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	50
2.2.6 <i>Customer Engagement</i> .....	52
2.2.7 Strategi .....	54

2.3 Kerangka Pemikiran .....	59
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>62</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	62
3.2 Metode Penelitian .....	63
3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....	62
3.3.1 Subjek Penelitian .....	65
3.3.2 Objek Penelitian .....	67
3.4 Lokasi Penelitian .....	67
3.5 Unit Analisis Data .....	67
3.6 Informan Penelitian .....	68
3.7 Pengumpulan Data Penelitian .....	70
3.7.1 Data Primer .....	71
3.7.2 Data Sekunder .....	71
3.8 Teknik Analisis Data .....	72
3.9 Teknik Keabsahan Data .....	73
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>75</b>
4.1 Karakteristik Informan .....	75
4.2 Hasil Penelitian .....	78
4.2.1 Perumusan Strategi .....	81
4.2.2 Implementasi Strategi .....	108
4.2.3 Evaluasi Strategi .....	128
4.3 Pembahasan .....	148
4.3.1 Perumusan Strategi .....	149
4.3.2 Implementasi Strategi .....	160
4.3.3 Evaluasi Strategi .....	174
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>188</b>
5.1 Kesimpulan .....	188
5.2 Saran .....	188

5.2.1 Saran Akademis .....	189
5.2.2 Saran Praktis .....	189
DAFTAR PUSTAKA .....	190
LAMPIRAN .....	194