

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian	14
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	14
1.4.2 Kegunaan Praktis	14
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	14
1.6 Sistematika Penelitian.....	15
BAB 2	17
TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Rangkuman Teori.....	17
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.1.2 <i>Word of Mouth</i> (WOM)	18
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM).....	19
2.1.4 Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	20
2.1.5 <i>Brand</i>	22
2.1.6 <i>Brand Image</i>	23
2.1.7 Dimensi <i>Brand Image</i>	25
2.1.8 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan <i>Brand Image</i>	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Penelitian.....	37
2.4 Hipotesis Penelitian	37

2.3	Ruang Lingkup Penelitian	38
2.3.1	Variabel Penelitian.....	38
BAB 3	39
METODE PENELITIAN	39
3.1	Jenis Penelitian	39
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	39
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	39
3.2.2	Skala Pengukuran.....	49
3.3	Populasi dan Sampel	50
3.3.1	Populasi.....	50
3.3.2	Sampel.....	51
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5.2	Data Primer	53
3.5.2	Data Sekunder	54
3.5	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	54
3.5.1	Uji Validitas	54
3.5.2	Uji Reliabilitas	56
3.6	Teknik Analisis Data	57
3.6.1	Analisa Deskriptif	57
3.6.2	<i>Method Successive Interval (MSI)</i>	59
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	59
3.6.4	Uji Regresi Linear Sederhana	60
3.6.5	Koefisien Korelasi.....	61
3.6.6	Koefisien Determinasi.....	61
3.6.7	Uji Hipotesis	62
BAB 4	64
PEMBAHASAN	64
4.1	Karakteristik Responden.....	64
4.1.1	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	64
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
4.1.4	<i>Screening Question</i> Responden Berusia 20 – 29 tahun.....	66
4.1.5	<i>Screening Question</i> Responden Pengguna Media Sosial Twitter	67

4.1.6	<i>Screening Question</i> Responden Mengetahui <i>Tweet @gandhoyy</i> Terkait Somasi Es Teh Indonesia	67
4.2	Hasil Penelitian	68
4.2.1	Hasil Penelitian Deskriptif.....	68
4.2.2	<i>Method Successive Interval (MSI)</i>	88
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	89
4.2.4	Uji Korelasi	90
4.2.5	Analisis Regresi Linear Sederhana	92
4.2.6	Koefisien Determinasi.....	93
4.2.7	Uji Hipotesis	94
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	95
4.3.1	<i>Electronic Word of Mouth</i>	95
4.3.2	Variabel <i>Brand Image</i>	99
4.3.3	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap <i>Brand Image</i> Es Teh Indonesia 100	102
BAB V	103
KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1	Kesimpulan	103
5.2	Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105