

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profile Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	13
1.6 Sistematika Penulisan Akhir.....	14
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.1.3 Media Sosial.....	17

2.1.4	<i>Word of Mouth</i>	18
2.1.5	<i>Electronic Word of Mouth</i>	19
2.1.6	<i>Consumers Purchase Intention</i>	21
2.1.7	Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	22
2.2	Kerangka Pemikiran	31
2.3	Hipotesis Penelitian	33
BAB III.....		35
METODE PENELITIAN		35
3.1	Jenis Penelitian	35
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	36
3.3.1	Operasional Variabel.....	36
3.3.2	Tabel Operasional Variabel.....	38
3.3.2	Skala Pengukuran.....	41
3.3	Tahapan Penelitian	41
3.4	Populasi dan Sampel	43
3.4.1	Populasi	43
3.4.2	Sampel.....	44
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	45
3.5.1	Jenis Data	45
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	48
3.6.1	Uji Validitas	48
3.6.2	Uji Reliabilitas	50
3.7	Teknik Analisis Data	51
3.7.1	Analisis Deskriptif	51
3.7.2	Metode Suksesif Interval (MSI).....	53
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	53
3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda	55
3.7.5	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji – F).....	56

3.7.6	Pengajuan Hipotesis Secara Parsial (Uji – T)	57
3.7.7	Koefisien Determinasi.....	59
BAB IV		61
HASIL PENELITIAN		61
4.1	Karakteristik Responden	61
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	63
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	64
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	64
4.2.1	Uji Validitas	64
4.2.2	Uji Reliabilitas	66
4.3	Analisis Deskriptif.....	66
4.3.1	Tanggapan Responden Mengenai <i>e-WOM Quality</i>	67
4.3.2	Tanggapan Responden Mengenai <i>e-WOM Quantity</i>	69
4.3.3	Tanggapan Responden Mengenai <i>e-WOM Credibility</i>	70
4.3.4	Tanggapan Responden Mengenai <i>Purchase Intention</i>	72
4.4	Analisis Data	74
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	74
4.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda	78
4.4.3	Koefisien Determinasi.....	79
4.4.4	Pengujian Hipotesis.....	80
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
BAB V		88
KESIMPULAN		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN		96