

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kegunaan Penelitian	15
1.4.1 Aspek Teoritis	15
1.4.2 Aspek Praktis	15
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Rangkuman Teori.....	19
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	19
2.1.2 Word of Mouth.....	19
2.1.3 Aktifitas Komunikasi Negative Word of Mouth.....	21
2.1.4 Electronic Word of Mouth	21

2.1.5	Negative Electronic Word of Mouth.....	23
2.1.6	Brand.....	25
2.1.7	Brand Loyalty.....	25
2.2	Penelitian Terdahulu.....	27
2.3	Kerangka Pemikiran.....	34
2.4	Hipotesis Penelitian.....	34
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		36
3.1	Jenis Penelitian.....	36
3.2	Operasional Variabel.....	36
3.3	Skala Pengukuran.....	44
3.4	Populasi dan Sampel.....	45
3.4.1	Populasi.....	45
3.4.2	Sampel.....	45
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5.1	Jenis Data.....	46
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.6.1	Uji Validitas.....	47
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	50
3.7	Teknik Analisis Data.....	51
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	51
3.7.2	Method of Succesive Interval (MSI).....	53
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.7.4	Analisis Korelasi Pearson.....	56
3.7.5	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	57
3.7.6	Uji Koefisien Determinasi.....	57

3.7.7 Uji Hipotesis	58
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Pengumpulan Data	59
4.2 Karakteristik Responden	61
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	110