

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Rangkuman Teori.....	12
2.1.1 Komunikasi.....	12
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.3 <i>Promotion Mix</i>	14
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i>	14
2.1.5 <i>Brand Love</i>	15
2.1.6 Media Baru	16
2.1.7 Media Sosial	16
2.1.8 TikTok	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.4 Hipotesis Penelitian.....	23
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25

3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	25
3.2.1	Variabel Independen: <i>Electronic Word of Mouth</i>	25
3.2.2	Variabel Dependen: <i>Brand Love</i>	26
3.2.3	Skala Pengukuran	28
3.3	Populasi dan Sampel	28
3.3.1	Populasi.....	28
3.3.2	Sampel	29
3.3.3	Teknik Sampling.....	30
3.4	Teknik Pengumpulan Data	30
3.4.1	Data Primer	30
3.4.2	Data Sekunder.....	32
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	32
3.5.1	Uji Validitas.....	32
3.5.2	Uji Reliabilitas	34
3.6	Teknik Analisis Data.....	35
3.6.1	Analisis Deskriptif	35
3.6.2	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	36
3.6.3	Uji Normalitas.....	37
3.6.4	Uji Heterokedastisitas	37
3.6.5	Analisis Koefisien Korelasi	38
3.6.6	Analisis Koefisien Determinasi	38
3.6.7	Analisis Regresi Sederhana	39
3.6.8	Uji Hipotesis	39
BAB IV	41
4.1	Pengumpulan Data	41
4.2	<i>Screening Questions</i> Responden	41
4.3	Karakteristik Responden	43
4.3.1	Jenis Kelamin Responden.....	44
4.3.2	Usia Responden	44
4.4	Hasil Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....	45
4.4.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Electronic Word of Mouth (X)</i>	45
4.4.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Love (Y)</i>	51
4.5	Uji Asumsi Klasik	58
4.5.1	Hasil Uji Normalitas	58
4.5.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
4.6	Hasil Analisis Koefisien Korelasi	60
4.7	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	61

4.8 Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	62
4.9 Uji Hipotesis (Uji T)	63
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian	63
4.10.1 <i>Electronic Word of Mouth</i>	66
4.10.2 <i>Brand Love</i>	68
4.10.3 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap <i>Brand Love</i> Mixue...	72
BAB V.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	76
5.2.1 Saran Akademis.....	76
5.2.2 Saran Praktis	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	86