

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	1
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	2
ABSTRAK.....	2
ABSTRACT.....	4
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB I PENDAHULUAN.....	13
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	13
1.2 Latar Belakang.....	14
1.3 Rumusan Masalah.....	20
1.4 Tujuan Penelitian.....	21
1.5 Kegunaan Penelitian.....	21
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	21
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	22
2.1 Teori.....	22
2.1.1 Pemasaran.....	22
2.1.2 Electronic Word of Mouth.....	22
2.1.3 Brand Experience.....	24
2.1.4 Brand Trust.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian.....	35
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	36
2.5.1 Variabel Penelitian.....	36
2.5.2 Waktu dan Periode Penelitian.....	36
2.5.3 Lokasi Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	37
3.2.1 Variabel Operasional.....	37
3.2.2 Skala Pengukuran.....	40
3.3 Tahapan Penelitian.....	41
3.4 Populasi dan Sampel.....	42
3.4.1 Populasi.....	42
3.4.2 Sampel.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.6.1 Uji Validitas.....	44
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	47

3.7.2 Method of Successive Interval (MSI).....	49
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.7.4 Analisis Regresi Linear Ganda	50
3.7.5 Uji Hipotesis	51
3.7.6 Pengujian Secara Simultan (Uji F)	51
3.7.7 Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	51
3.7.8 Koefisien Determinasi (R ²).....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Pengumpulan Data	53
4.2 Karakteristik Responden	53
4.3 Hasil Penelitian	55
4.3.1 Hasil Penelitian Variabel Electronic Word of Mouth.....	55
4.3.2 Hasil Penelitian Variabel X ₂	57
4.3.3 Hasil Penelitian Variabel Y	60
4.4 Method of Successive Interval (MSI).....	62
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	62
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda	65
4.4.3 Uji Hipotesis	66
4.4.4 Uji T.....	67
4.4.5 Uji F.....	67
4.4.6 Uji Koefisien Determinasi	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran.....	74
5.2.1 Saran untuk Produk.....	74
5.2.2 Saran untuk peneliti selanjutnya	75
DAFTAR PUSTAKA	77