

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	ix
1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Lokasi	1
1.1.2 Logo Perusahaan	1
1.1.3 Visi dan Misi Chatime	2
1.1.4 Skala Usaha, dan Strategi Secara Umum	2
1.1.5 Produk dan Layanan.....	3
1.1.6 Struktur Organisasi	5
1.2 Latar Belakang	6
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kegunaan Praktis	14
1.5.1 Kegunaan Teoritis	14
1.5.2 Kegunaan Praktis	15
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	16
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	16

2.1.3	Komunikasi Pemasaran	17
2.1.4	<i>Word of Mouth Marketing</i>	19
2.1.5	<i>Electronic Marketing</i>	20
2.1.6	<i>Electronic Word of Mouth</i>	20
2.1.7	<i>Purchase Intention</i>	21
2.1.8	Hubungan eWOM dengan Minat Beli.....	22
2.2	Penelitian Terdahulu	26
2.3	Kerangka Pemikiran	36
2.4	Hipotesis Penelitian.....	37
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	37
2.5.1	Variabel dan Sub Variabel Penelitian	38
2.5.2	Lokasi dan Objek Penelitian	38
2.5.3	Waktu dan Periode Penelitian	38

BAB III METODE PENELITIAN..... 39

3.2	Variabel Operasional.....	40
3.2.1	Variabel Penelitian	40
3.2.2	Skala Pengukuran.....	45
3.3	Tahapan Penelitian	45
3.4	Populasi dan Sampel	46
3.4.1	Populasi	46
3.4.2	Sampel	46
3.4.3	Teknik Sampling	47
3.5	Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data	48
3.5.1	Sumber Data.....	48
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	49
3.6	Teknik Pengujian Data	50
3.6.1	Uji Validitas	50

3.6.2 Uji Realibilitas.....	53
3.7 Teknik Analisis Data	54
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	54
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	57
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
3.7.4 Uji Signifikan Simultan.....	59
3.7.6 Koefisiensi Determinasi	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Karakteristik Responden	63
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	65
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	67
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	68
4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Perbulannya.....	69
4.2 Hasil Penelitian.....	70
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	70
4.2.1.1 Tanggapan Responden mengenai <i>eWOM Quality</i>	70
4.2.1.2 Tanggapan Responden mengenai <i>eWOM Quantity</i>	71
4.2.1.3 Tanggapan Responden mengenai <i>Sender's Expertise</i>	73
4.2.1.4 Tanggapan Responden mengenai <i>eWOM</i>	75
4.2.1.5 Tanggapan Responden mengenai <i>Purchase Intention</i>	76
4.3 Transformasi Data Ordinal menjadi Interval.....	78
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	78
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	82
4.4 Uji Hipotesis.....	84
4.4.1 Uji Simultan	84
4.4.2 Uji Parsial	85
4.5 Koefisien Determinasi.....	87
4.6 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

