

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Batasan Masalah	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.6 Waktu Penelitian	8
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	9
2.1.2. New Media	11
2.1.3. Media Sosial	12
2.1.4. TikTok	13
2.1.5. Word Of Mouth	15
2.1.6. Electronic Word Of Mouth	15
2.1.7. Dimensi Electronic Word of Mouth	15
2.2. Penelitian Terdahulu	16
2.3. Kerangka Pemikiran	25
.....	25
BAB III	26
METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Paradigma Penelitian	26

3.2	Subjek dan Objek Penelitian	27
3.3	Informan Penelitian	28
3.4	Unit Analisis Data	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data	30
3.5.1	Data Primer	30
3.5.2	Data Sekunder	31
3.6	Teknik Analisis Data	32
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	32
BAB IV		34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Informan Penelitian	35
4.2	Hasil Penelitian.....	38
4.2.1	Electronic Word Of Mouth	38
4.3	Hasil Pembahasan.....	43
4.3.1	Intensity.....	43
4.3.2	Valence of Opinion	43
4.3.3	Content	45
BAB V.....		48
KESIMPULAN DAN SARAN.....		48
5.1	Kesimpulan.....	48
5.2	Saran.....	48
5.2.1	Saran Akademis	48
5.2.2	Saran Praktis	49
DAFTAR PUSTAKA		50
LAMPIRAN.....		53