

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	1
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5.1 Aspek Praktis	12
1.5.2 Aspek Akademis	12
1.6 Sistematika Penlisan Tugas Akhir.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.3 Media Sosial.....	17
2.1.4 Word of Mouth.....	17
2.1.5 Electronic Word of Mouth	18
2.1.6 Minat Beli Konsumen	20
2.2 Kerangka Pemikiran	26
2.3 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Operasional Variabel	30
3.3 Tahapan Penelitian	33
3.4 Populasi dan Sampel / Situasi Sosial.....	35
3.4.1 Populasi	35
3.4.2 Sampel.....	35
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	36

3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	36
3.5.1	Jenis Data	36
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.6.1	Uji Validitas	38
3.6.2	Uji Reliabilitas	39
3.7	Teknik Analisis Data	40
3.7.1	Analisis Deskriptif	40
3.7.2	Metode Suksesif Interval (MSI).....	42
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.7.5	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji – F)	45
3.7.6	Pengajuan Hipotesis Secara Parsial (Uji – T)	46
3.7.7	Koefisien Determinasi.....	47
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	49
4.1	Karakteristik Responden	49
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	52
4.2	Uji Validitas dan Realibilitas	52
4.2.1	Uji Validitas	52
4.2.2	Uji Realibilitas	53
4.3	Analisis Deskriptif.....	54
4.3.1	Tanggapan Responden Mengenai eWOM <i>Quality</i>	54
4.3.2	Tanggapan Responden mengenai eWOM <i>Quantity</i>	56
4.3.3	Tanggapan Responden mengenai <i>Credibility</i>	58
4.3.4	Tanggapan Responden mengenai Minat Beli Konsumen	60
4.4	Analisis Data	61
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	61
4.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.4.3	Koefisien Determinasi.....	65
4.4.4	Pengujian Hipotesis.....	66

4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran	74
5.2.1	Bagi Perusahaan	74
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya	74
DAFTAR PUSTAKA		76