

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	s
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Waktu dan Periode Pelaksanaan Kegiatan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Rangkuman Teori	9
2.1.1 Teori Resepsi.....	9
2.1.2 Teori SOR	10
2.1.3 <i>Moment Of Truth</i>	11
2.1.4 <i>Online Customer Review (OCR)</i>	12
2.1.5 Perilaku Konsumen	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Paradigma Penelitian	25
3.2 Metode Penelitian.....	25
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	25
3.3.1 Subjek Penelitian.....	25
3.3.2 Objek Penelitian.....	26
3.3.3 Lokasi Penelitian.....	26
3.3.4 Unit Analisis Penelitian.....	26

3.4	Informan Penelitian	28
3.4.1	Informan Kunci	28
3.4.2	Informan Pendukung.....	29
3.5	Pengumpulan Data Penelitian30	
3.5.1	Wawancara.....	30
3.5.2	Observasi.....	30
3.6	Teknik Analisis Data	30
3.6.1	Reduksi Data	30
3.6.2	Penyajian Data	31
3.6.3	Penarikan Kesimpulan	31
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	32
3.7.1	Triangulasi Data.....	31
3.7.2	Triangulasi Sumber	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Karakteristik Informan	33
4.2	Hasil Penelitian.....	34
4.2.1	Resepsi konsumen pada OCR	35
4.2.2	<i>Moment Of Truth</i> melalui OCR.....	40
4.3	Pembahasan	48
4.3.1	Resepsi pada <i>Moment Of Truth</i>	48
4.3.2	<i>Moment of truth</i> pada OCR.....	50
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		53
5.1	Simpulan.....	53
5.2	Saran	53
5.2.1	Teoritis	53
5.2.2	Praktis.....	53
DAFTAR PUSTAKA		55