

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	11
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Rangkuman Teori.....	14
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	14
2.1.2 <i>Word of Mouth</i>	15
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth</i>	17
2.1.4 Media Sosial	19
2.1.5 <i>Brand Awareness</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Penelitian	27
2.4 Hipotesis Penelitian.....	29
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30

3.1	Jenis Penelitian.....	30
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	30
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	30
3.2.2	Skala Pengukuran	37
3.3	Populasi dan Sampel	37
3.3.1	Populasi	37
3.3.2	Sampel	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1	Data Primer	39
3.4.2	Data Sekunder.....	40
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.5.1	Uji Validitas.....	40
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	43
3.6	Teknik Analisis Data.....	44
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	44
3.6.2	<i>Method of Succesive Interval</i>	46
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.6.3.1	Uji Normalitas	47
3.6.3.2	Uji Heteroskedastisitas	48
3.6.4	Analisis Korelasi.....	48
3.6.5	Koefisien Determinasi	49
3.6.6	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	50
3.6.7	Uji Hipotesis	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Pengumpulan Data	52
4.2	Karakteristik Responden	52
4.3	Hasil Penelitian	56
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel X (<i>Electronic Word of Mouth</i>).....	56
4.3.2	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y (<i>Brand Awareness</i>).....	69
4.3.3	<i>Method Successive Interval</i> (MSI).....	81
4.3.4	Uji Asumsi Klasik.....	81
4.3.4.1	Uji Normalitas	81
4.3.4.2	Uji Heteroskedastisitas	82
4.3.4.3	Analisis Korelasi	83

4.3.4.4 Koefisien Determinasi.....	84
4.3.4.5 Analisis Regresi Linier Sederhana	85
4.3.4.6 Uji Hipotesis.....	86
4.4 Pembahasan Penelitian.....	88
4.4.1 <i>Electronic Word of Mouth</i>	89
4.4.2 <i>Brand Awareness</i>	92
4.4.3 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> Grace and Glow Hair Mist pada Media Sosial TikTok	96
BAB V PENUTUP.....	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran.....	100
5.2.1 Saran Teoritis.....	100
5.2.2 Saran Praktis	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	105