

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Kegunaan Praktis	11
1.6 Sistematika Penelitian	12
BAB 2	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Rangkuman Teori.....	12
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.3 <i>Promotion Mix</i>	14
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i>	15
2.1.6 <i>Brand Image</i>	17
2.1.7 New Media.....	18

2.1.8 Media Sosial.....	18
2.1.9 Tiktok.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.2.1 Jurnal Nasional.....	20
2.2.2 Jurnal Internasional.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	27
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	27
BAB 3	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	29
3.2.1 Operasional Variabel.....	29
3.2.2 Skala Pengukuran.....	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1 Data Primer.....	34
3.4.2 Data Sekunder.....	34
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
3.5.1 Uji Validitas.....	35
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	38
3.6.2 Method of Succesive Interval (MSI).....	39
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7 Analisis Koefisien Korelasi.....	40
3.8 Analisis Koefisien Determinasi.....	41
3.9 Analisis Linear Sederhana.....	42
3.10 Uji Hipotesis (Uji T).....	42

BAB IV	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Pengumpulan Data	44
4.2 Karakteristik Responden	44
4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	45
4.2.3 karakteristik responden berdasarkan usia.....	47
4.2.4 Karakteristi responden berdasarkan profesi.....	48
4.3 Hasil Penelitian	49
4.3.1 Hasil Analisis E-WoM (X)	49
4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Y Brand Image.....	56
4.3.3 Metode Succesive Internal (MSI)	65
4.3.4 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.3.5 Analisis Koefisien Korelasi	67
4.3.6 Analisis Koefisien Determinasi	68
4.3.7 Analisis Regresi Linear Sederhana	69
4.3.8 Uji Hipotesis (Uji T)	70
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	71
BAB 5	77
KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	77
5.2.1 Saran Teoritis	77
5.2.2 Saran Praktis	77