

## DAFTAR ISI

COVER DALAM .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang Masalah.....	6
1.3 Perumusan Masalah .....	20
1.4 Tujuan Penelitian .....	20
1.5 Batasan Penelitian .....	21
1.6 Kegunaan Penelitian.....	21
1.7 Sistematika Penulisan .....	22
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>23</b>
2.1 Rangkuman Teori.....	23
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.2 Pemasaran Jasa.....	24
2.1.2.1 Bauran Pemasaran Jasa .....	25
2.1.3 Promosi .....	27

2.1.3.1	Pengertian Promosi .....	27
2.1.3.2	Bauran Promosi .....	28
2.1.4	<i>Word of Mouth (WOM)</i> .....	30
2.1.5	<i>Electronic Marketing</i> .....	31
2.1.6	<i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> .....	31
2.1.7	Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	32
2.1.8	Media Sosial .....	34
2.1.8.1	Twitter .....	36
2.1.9	Perilaku Konsumen .....	37
2.1.10	Minat Beli .....	38
2.1.11	Hubungan Antara <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> dengan Minat Beli .....	40
2.2	Kerangka Pemikiran .....	41
2.2.1	Pengujian Hipotesis .....	41
2.3	Penelitian Terdahulu .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>45</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	45
3.1.1	Jenis Data .....	45
3.2	Variabel Operasional .....	46
3.2.1	Skala Operasional .....	51
3.3	Tahapan Penelitian .....	53
3.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	54
3.4.1	Populasi .....	54
3.4.2	Sampel .....	55
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	56
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.6	Alat Ukur Penelitian .....	57
3.6.1	Uji Validitas .....	57
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	58

3.7	Teknik Analisis Data.....	58
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	59
3.7.2	Uji Normalitas .....	60
3.7.3	Uji Koefisien Determinasi ( <i>R Square</i> ).....	61
3.7.4	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	61
3.8	Pengujian Hipotesis.....	62
3.8.1	Uji F .....	63
3.8.2	Uji t .....	63
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>		<b>64</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	64
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	65
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	65
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan .....	66
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Pulsa per Bulan .....	67
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Twitter dalam 1 Minggu.....	67
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Steak Ranjang.....	68
4.2	Hasil Penelitian .....	69
4.2.1	Validitas dan Realibilitas .....	69
4.2.1.1	Validitas .....	69
4.2.1.2	Reliabilitas .....	71
4.2.2	Analisis Deskriptif .....	72
4.2.2.1	Analisis Variabel <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> ....	72
4.2.2.2	Analisis Variabel Minat Beli.....	80
4.2.3	Uji Normalitas .....	83
4.2.4	Koefisien Determinasi ( <i>R Square</i> ) .....	84
4.2.5	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	85

4.2.6	Uji F .....	87
4.2.7	Uji t .....	88
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>89</b>
5.1	Kesimpulan .....	89
5.2	Saran.....	89
5.2.1	Bagi Perusahaan .....	90
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya .....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN