

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang.....	5
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Kegunaan Penelitian.....	17
1.6 Sistematika Penulisan	17
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	19
2.1 Rangkuman Teori	19
2.1.1 Pemasaran	19
2.1.2 Pemasaran Jasa.....	20
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	23
2.1.4 Promosi	28
2.1.5 Perilaku Konsumen	28

2.1.6 Proses Keputusan Pembelian	33
2.1.7 Komunikasi Pemasaran.....	34
2.1.8 <i>Word of Mouth</i>	36
2.1.9 <i>Electronic Word of Mouth</i>	37
2.1.10 Minat Beli	38
2.1.11 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	40
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Kerangka Pemikiran	51
2.4 Hipotesis Penelitian	53
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	53
2.5.1 Variabel Penelitian.....	53
2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian	53
2.5.3 Waktu dan Periode Penelitian	53
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	54
3.1 Jenis Penelitian	54
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	54
3.2.1 Variabel Operasional.....	54
3.2.2 Skala Pengukuran.....	57
3.3 Tahap Penelitian	58
3.4 Populasi dan Sampel.....	60
3.4.1 Populasi.....	60
3.4.2 Sampel.....	60
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	61
3.5 Teknik Pengumpulan Data	62

3.6 Teknik Pengujian Data	62
3.6.1 Uji Validitas	63
3.6.2 Uji Reliabilitas	65
3.7 Teknik Analisis Data	66
3.7.1 Analisis Deskriptif	66
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	68
3.7.3 Method of Successive Interval	69
3.7.4 Uji Regresi Linier Sederhana	70
3.8 Teknik Analisis Data	71
3.8.1 Uji Hipotesis secara parsial (Uji t)	71
3.8.2 Koefisien Determinasi	72
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Karakteristik Responden	73
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	76
4.2 Hasil Penelitian	76
4.2.1 Hasil Deskriptif	76
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Electronic Word of Mouth</i> (X)	77
4.2.3 Tanggapan Responden mengenai Minat Beli (Y)	84
4.3 Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval	90
4.4 Uji Asumsi Klasik	90
4.5 Analisis Regresi Linier Sederhana	92

4.6 Uji Hipotesis	94
4.6.1 Uji Parsial (t)	94
4.6.2 Koefisien Determinasi (R^2)	95
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	96
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	105
5.2.1 Bagi Perusahaan	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	113