

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pernyataan Orisinalitas	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak Indonesia.....	vi
Abstrak Inggris.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Bab 1.....	1
Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	5
1.3. Identifikasi Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Kegunaan Penelitian	5
1.5.1. Manfaat Akademis	6
1.5.2. Manfaat Praktis.....	6
1.6. Tahapan Penelitian.....	6
1.7. Lokasi Penelitian.....	7
1.7.1 Lokasi Penelitian.....	7
Bab II	8
Kajian Pustaka.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teori.....	18
2.2.1 Komunikasi.....	18
2.2.2 Word Of Mouth (WOM)	19
2.2.3 Elemen-elemen WOM Marketing	20

2.2.4 Electronic Word of Mouth.....	26
2.2.5 Strategi	27
2.3. Kerangka pemikiran.....	29
Bab III	31
3.1. Paradigma Penelitian.....	31
3.2. Metode Penelitian.....	31
3.3. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian.....	32
3.3.1. Subjek Penelitian.....	32
3.3.2 Objek Penelitian.....	33
3.4. Lokasi Penelitian	33
3.5. Unit Analisis	33
3.6 Informan Penelitian.....	34
3.7 Pengumpulan Data Penelitian.....	35
3.7.1 Data Primer	35
3.7.1.1 Wawancara Mendalam	35
3.7.2 Data Sekunder.....	36
3.7.2.1 Referensi Buku	36
3.7.2.2 Skripsi dan Jurnal Penelitian.....	36
3.7.2.3 Internet Searching.....	36
3.8 Teknik analisis data	36
3.9 Teknik keabsahan data.....	37
Bab IV.....	39
4.1 Karakteristik Informan.....	39
4.2 Hasil Penelitian.....	42
4.2.1 Perencanaan Strategi.....	42
4.2.2 Implementasi Strategi.....	58
4.3 Pembahasan.....	78
Bab V.....	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	100
5.2.1 Saran Akademis.....	101
5.2.2 Saran Praktisi.....	101
Daftar Pustaka.....	103
Lampiran.....	105