

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	1
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	2
ABSTRAK.....	2
ABSTRACT.....	4
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	5
KATA PENGANTAR	6
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB I PENDAHULUAN	13
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	13
1.2 Latar Belakang	14
1.3 Rumusan Masalah	20
1.4 Tujuan Penelitian	21
1.5 Kegunaan Penelitian	21
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	21
1.5.2 Kegunaan Praktis	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	22
2.1 Teori	22
2.1.1 Pemasaran	22
2.1.2 Electronic Word of Mouth.....	22
2.1.3 Brand Experience.....	24
2.1.4 Brand Trust	25
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian.....	35
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	36
2.5.1 Variabel Penelitian.....	36
2.5.2 Waktu dan Periode Penelitian.....	36
2.5.3 Lokasi Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	37
3.2.1 Variabel Operasional	37
3.2.2 Skala Pengukuran	40
3.3 Tahapan Penelitian.....	41
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.4.1 Populasi.....	42
3.4.2 Sampel	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.6.1 Uji Validitas.....	44
3.6.2 Uji Reliabilitas	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1 Analisis Deskriptif	47

3.7.2 Method of Successive Interval (MSI).....	49
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.7.4 Analisis Regresi Linear Ganda	50
3.7.5 Uji Hipotesis	51
3.7.6 Pengujian Secara Simultan (Uji F)	51
3.7.7 Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	51
3.7.8 Koefisien Determinasi (R ²).....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Pengumpulan Data	53
4.2 Karakteristik Responden	53
4.3 Hasil Penelitian	55
4.3.1 Hasil Penelitian Variabel Electronic Word of Mouth.....	55
4.3.2 Hasil Penelitian Variabel X ₂	57
4.3.3 Hasil Penelitian Variabel Y	60
4.4 Method of Successive Interval (MSI).....	62
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	62
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda	65
4.4.3 Uji Hipotesis	66
4.4.4 Uji T.....	67
4.4.5 Uji F	67
4.4.6 Uji Koefisien Determinasi	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran.....	74
5.2.1 Saran untuk Produk.....	74
5.2.2 Saran untuk peneliti selanjutnya	75
DAFTAR PUSTAKA	77