

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2. Manfaat Praktis .....	12
BAB II TINJUAN PUSTAKA .....	13
2.1. Penelitian Terdahulu .....	13
2.2. Kajian Teoritis.....	22
2.2.1. WOM Tradisional vs e-WOM .....	22
2.2.2. E-WOM ( <i>Electronic Word of Mouth</i> ).....	23
2.2.3. New Media .....	30
2.2.4. Keputusan Pembelian.....	32
2.2.5. Hubungan <i>e-WOM</i> dengan Keputusan Pembelian.....	34
2.3. Kerangka Pemikiran.....	34
2.4. Hipotesis .....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1. Paradigma Penelitian.....	36
3.2. Metode Penelitian.....	37
3.3. Populasi dan Sampel .....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel.....	39
3.3.3 Teknik Sampling .....	39
3.4. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep .....	40

3.4.1 Defenisi Konsep .....	40
3.4.2 Operasional Konsep .....	41
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	44
3.5.1. Uji Validitas .....	45
3.5.2. Uji Reliabilitas .....	48
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6.1. Data Primer .....	50
3.6.2. Data Skunder.....	50
3.7. Teknik Analisis Data.....	51
3.7.1. Proses Edit data ( <i>editing</i> ).....	51
3.7.2. Proses Pengkodean Data ( <i>Coding</i> ).....	52
3.7.3. Proses Tabulasi .....	53
3.7.4. Analisis Statistik .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	58
4.2. Hasil Penelitian .....	61
4.3. Pembahasan.....	90
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>98</b>
5.1. Simpulan .....	98
5.2. Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>