

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Dan Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.2 Bauran Komunikasi Pemasaran sebagai Stimuli.....	19
2.1.3 Elemen Bauran Komunikasi Pemasaran.....	20
2.1.4 Word Of Mouth Communication.....	23
2.1.4.1 Word Of Mouth Communication di Sosial Media.....	29
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terjadinya WOM.....	31
2.1.4.3 Karakteristik Word Of Mouth Communication.....	33
2.1.4.4 Proses Terjadinya <i>Word of Mouth</i>	35
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	35
2.1.5.1 Tahap Pengambilan keputusan.....	37
2.1.5.2 Peran dalam Keputusan Pembelian.....	39
2.1.5.3 Dimensi Keputusan Pembelian.....	41
2.1.6 Penelitian Terdahulu.....	43
2.1.7 Pengaruh Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
2.2 Kerangka Pemikiran.....	44

2.3 Hipotesis.....	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	51
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	52
3.2.1 Metode Penelitian.....	52
3.2.2 Desain Penelitian.....	53
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	53
3.4 Sumber Dan cara Penentuan data.....	56
3.5 Teknik Pengumpulan data.....	57
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan sampel.....	58
3.6.1 Populasi.....	58
3.6.2 Sampel.....	59
3.6.2 Teknik Penarikan Sampel.....	60
3.7 Rancangan Analisis Data dan Hipotesis.....	61
3.7.1 rancangan Analisis Data.....	61
3.7.2 Validitas dan Reliabilitas.....	62
3.7.2.1 Pengujian Validitas.....	62
3.7.2.2 Pengujian Reliabilitas.....	65
3.7.3 Teknik Analisis data.....	68
3.7.4 Rancangan Uji Hipotesis.....	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	75
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	75
4.1.1.1 Wawancara Manajemen Erha.....	76
4.1.1.2 Visi dan Misi Erha Clinic.....	79
4.1.1.3 Program Pemasaran Erha Clinic.....	79
4.1.2 Gambaran Umum Karakteristik Responden.....	80
4.1.3 Gambaran Umum Variabel Penelitian.....	74
4.1.3.1 Gambaran Variabel Word Of Mouth Communication.....	91
4.1.3.2 Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Word Of Mouth Communication	101
4.1.3.3 Gambaran Variabel Keputusan Pembelian.....	104
4.1.3.4 Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Keputusan Pembelian....	115

4.1.4 Hasil Pengujian Statistik.....	118
4.1.4.1 Koefisien Korelasi.....	118
4.1.4.2 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	119
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	123
4.2.1 Pembahasan Tingkat Word Of Mouth Communication.....	123
4.2.2 Pembahasan Tingkat Keputusan Pembelian.....	127
4.2.3 Pembahasan Pengaruh Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian	130
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	133
5.2 Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

