

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIATRISME	iii
MOTTO.....	iv
LEMBAR DEDIKASI	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Identifikasi Masalah.....	6
1.4 Tujuan Masalah.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
1.6 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah.....	8
BAB II TINJAUAN TEORITIS	10
2.1 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kerangka Pemikiran	15
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.2.2 <i>Word of Mouth</i> (WOM)	19
2.2.3 <i>Social Media Marketing</i>	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel.....	25
3.2.1 Populasi.....	25
3.2.2 Sampel.....	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4 Operasional Variabel	29
3.5 Teknik Analisis Data	30
3.5.1 Analisis Deskriptif	30
3.6 Uji Validitas & Reliabilitas.....	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.2 Uji Reliabilitas	34
3.7 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36

BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Analisis Deskriptif Data Responden.....	39
4.2	Analisis Deskriptif Penelitian	43
4.2.1	<i>Intensity</i>	43
4.2.2	<i>Positive Valance</i>	51
4.2.3	<i>Negative Valance</i>	64
4.2.4	<i>Content</i>	68
4.3	Analisis Deskriptif	76
4.3.1	<i>Intensity</i>	76
4.3.2	<i>Positive Valance</i>	78
4.3.2	<i>Negative Valance</i>	79
4.3.4	<i>Content</i>	80
4.4	Pembahasan	84
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	88
5.1	Simpulan	88
5.2	Saran	89
5.2.1	Teoritis	89
5.2.2	Praktis	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	94