

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah dan Identifikasi Masalah.....	7
1.2.1 Perumusan Masalah	7
1.2.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah	8
1.5.1 Ruang Lingkup.....	8
1.5.2 Pengertian Istilah.....	9
1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	10
1.6.1 Kerangka Pemikiran.....	10
1.6.2 Hipotesis	15
1.7 Metodologi Penelitian.....	15
1.7.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	15
1.7.2 Populasi dan Sampel	17
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data	18
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	20
2.2 Kajian Teori	21
2.2.1 Komunikasi.....	21
2.2.2 Fungsi Komunikasi	23
2.2.3 Proses Komunikasi.	24
2.3 Pengertian <i>Word of mouth</i>	26
2.3.1 Proses Komunikasi <i>Word of mouth</i>	33
2.4 Perilaku Konsumen	35
2.4.1 Keputusan Pembelian Konsumen	36
2.5 Teori Difusi Inovasi.....	42
2.5.1 Inovasi	42
2.5.2 Saluran Komunikasi.....	43
2.5.3 Sistem Sosial.....	43

	Halaman
2.5.4 Waktu	44
2.5.5 Proses Adopsi	44
 BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	46
3.2 Operasional Variabel	49
3.3 Teknik Analisis Data	49
3.4 Uji Validitas dan Reabilitas	52
3.4.1 Uji Validitas	52
3.4.2 Uji Reliabilitas	53
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Deskriptif Data Responden	55
4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian	57
4.2.1 Variabel Bebas (Variabel X) <i>Word of mouth</i> akun <i>mrfoodjournal</i>	58
4.2.1.1 Subvariabel I (X_1) : Keahlian Admin	58
4.2.1.2 Subvariabel II (X_2) : Kepercayaan	59
4.2.1.3 Subvariabel III (X_3) : Daya Tarik	62
4.2.2 Variabel Terikat (Variabel Y) Keputusan Pembelian Mie Merapi	72
4.3 Analisis Inferensial Data Penelitian	82
4.3.1 Uji Validitas	82
4.3.2 Uji Reliabilitas	84
4.3.3 Uji Hubungan (Korelasi)	85
4.3.3.1 Analisis Sub Hipotesis Pertama	85
4.3.3.2 Analisis Sub Hipotesis Kedua	87
4.3.3.3 Analisis Sub Hipotesis Ketiga	89
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran atau Rekomendasi	92
5.2.1 Saran atau Rekomendasi Teoritis	92
 DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	95