DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN i
LEMBAR PENGESAHAN ii
MOTTO iii
ABSTRAK iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian 1
1.2. Identifikasi Masalah 4
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian 4
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian 4
1.4.1. Pengembangan Ilmu 5
1.4.2. Kegunaan Operasional 5
1.5. Kerangka Pemikiran 6
1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi 13

2.1.1. Definisi Komunikasi 13

2.1.2. Komunikasi Pemasaran..... 15

2.2. Word Of Mouth Communication..... 18

2.3. Kepemimpinan Opini *(Opinion Leadership)* 21

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian..... 25

3.2. Metode Penelitian 25

3.2.1. Unit Penelitian 26

3.2.2. Operasional Variabel Penelitian 26

3.2.3. Metode Penarikan Sampel 27

3.2.3.1. Populasi..... 27

3.2.3.2. Sampel dan Ukuran Sampel..... 28

3.2.4. Jenis dan Sumber Data..... 29

3.2.4.1. Teknik Pengumpulan Data..... 30

3.2.4.2. Jenis dan Sumber Data 41

3.2.5. Metode Analisis Data..... 31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan 34

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 34

4.1.2 Struktur Organisasi 52

4.1.3 Deskripsi Jabatan 36

4.1.4. Perkembangan Usaha Perusahaan..... 38

4.2. Pembahasan Penelitian 43

4.2.1. Profil Responden.....43

4.2.2. Tanggapan Responden Terhadap Bagaimana Word Of Mouth Communication Pada Konsumen Batagor RiRi Bandung 47

4.2.2.1 Keterlibatan Dengan Produk.....47

4.2.2.2 Pengetahuan Produk.....48

4.2.2.3 Membicarakan Produk.....50

4.2.2.4 Mengurangi Ketidakpastian.....53

4.2.2.5 *Opinion Leader*.....*55*

4.2.3. Analisis *Word Of Mouth Communication* (komunikasi mulut ke mulut) Berlangsung Pada Konsumen Batagor RiRi Bandung.....56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan 67

5.2. Saran 68

DAFTAR PUSTAKA 69

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP