

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

MOTTO HIDUP

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 10

 1.2.1 Identifikasi Masalah 10

 1.2.2 Rumusan Masalah 11

1.3 Maksud dan Tujuan Masalah 11

 1.3.1 Maksud Penelitian 11

 1.3.2 Tujuan Penelitian 12

1.4 Kegunaan Penelitian 12

 1.4.1 Kegunaan Teoritis 12

 1.4.2 Kegunaan Praktis 13

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 13

 1.5.1 Lokasi Penelitian 13

 1.5.2 Waktu Penelitian 14

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	15
2.1.1 Periklanan Digital	15
2.1.1.1 Pengertian Periklanan Digital	15
2.1.1.2 Jenis-Jenis Periklanan Digital	16
2.1.1.3 Indikator Pengukuran Periklanan Digital	18
2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth (Ewom)</i>	20
2.1.2.1 Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i>	19
2.1.2.2 Indikator Pengukuran <i>Ewom</i>	20
2.1.3 Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>).....	21
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.1.3.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3.3 Indikator Pengukuran Keputusan Pembelian	25
2.1.4 Penelitian Terdahulu	26
2.2 Kerangka Pemikiran.....	33
2.2.1 Hubungan Antar X_1 terhadap Y	34
2.2.2 Hubungan Antar X_2 terhadap Y	35
2.2.3 Hubungan Antar X_1 dan X_2 terhadap Y	35
2.3 Hipotesis.....	37

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.2.1 Desain Penelitian.....	39
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	42
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data	45
3.2.3.1 Sumber Data	45
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data	45
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.2.4.1 Uji Validitas	49
3.2.4.2 Uji Reliabilitas.....	52

3.2.4.3 Uji MSI.....	54
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	56
3.2.5.1 Rancangan Analisis	56
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif (Kualitatif).....	56
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)	57
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	69
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	69
4.1.2 Struktur Organisasi	70
4.1.3 Uraian Tugas.....	75
4.2 Hasil dan Pembahasan Penelitian.....	77
4.2.1 Karakteristik Responden.....	77
4.2.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4.2.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	79
4.2.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	80
4.3 Analisis Deskriptif	80
4.3.1 Deskriptif Variabel Periklanan Digital	81
4.3.2 Deskriptif Variabel <i>Ewom</i>	87
4.3.3 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	95
4.4 Analisis Verifikatif.....	103
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	103
4.4.2 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	108
4.4.3 Analisis Korelasi.....	110

4.4.3.1 Korelasi Parsial X_1 dengan Y	111
4.4.3.2 Korelasi Parsial X_2 dengan Y	113
4.4.3.3 Korelasi Simultan X_1 dan X_2 dengan Y	114
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>).....	115
4.5 Pengujian Hipotesis.....	117
4.5.1 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t).....	117
4.5.2 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)	121

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	124
5.2 Saran.....	125

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP