DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
SURAT PERNYATAAN ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar belakang 1
1.2 Identifikasi dan rumusan masalah 9
1.3 Maksud dan tujuan penelitian 10
1.4 Kegunaan penelitian 11
1.5 Lokasi dan waktu penelitian 13
BAB II KAJIAN PUSTAKA
2.1 Kajian pustaka 14
2.1.1 *Internet Marketing* 14
2.1.2 Komunikasi *Word Of Mouth* 18
2.1.3 Keputusan Pembelian 21
2.2 Penelitian terdahulu 25
2.2 Kerangka pemikiran 27
2.3 Hipotesis penelitian 30

BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Metode penelitian 31
3.1.1 Desain penelitian 31
3.1.2 Variabel penelitian dan operasionalisasi variabel 32
3.1.3 Sumber dan teknik penentuan data 36
3.1.4 Teknik pengumpulan data 39
3.1.5 Rancangan analisis dan Pengujian hipotesis 43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran umum perusahaan 53
4.1.1 Sejarah singkat perusahaan 53
4.1.2 Struktur organisasi perusahaan 53
4.2 Karakteristik responden 54
4.3 Analisis deskriptif 55
4.3.1 Analisis deskriptif variabel *internet marketing* 55
4.3.2 Analisis deskriptif variabel komunikasi *word of mouth* 61
4.3.3 Analisis deskriptif variabel keputusan pembelian 65
4.4 Analisis verifikatif 70
4.4.1 Analisis regresi linier berganda 70
4.4.2 Uji asumsi klasik 72
4.4.3 Analisis Korelasi 74
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi 76
4.5 Pengujian Hipotesis 79
4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial 79
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan 82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 84
5.2 Saran 85
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN