DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

SURAT PERNYATAAN ii

ABSTRACK iii

ABSTRAK ……. iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 9

1.2.1 Identifikasi Masalah 9

1.2.2 Rumusan Masalah 9

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 10

1.3.1 Maksud Penelitian 10

1.3.2 Tujuan Penelitian 10

1.4 Kegunaan Penelitian 11

1.4.1 Kegunaan Akademis 11

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 11

1.5.1 Lokasi Penelitian 11

1.5.2 Waktu Penelitian 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 13

2.1.1 Internet Marketing 13

DAFTAR ISI

Halaman

2.1.1.1 Pengertian Internet Marketing 13

2.1.1.2 Keuntungan Internet Marketing 14

2.1.1.3 Indikator Internet Marketing 14

2.1.2 Word of Mouth 17

2.1.2.1 Pengertian Word of Mouth 17

2.1.2.2 Indikator Word of Mouth 19

2.1.3 Minat 21

2.1.3.1 Pengertian Minat 21

2.1.3.2 Faktor Minat 23

2.1.3.3 Aspek Minat 25

2.1.3.4 Jenis jenis Minat 27

2.1.3.5 Indikator Minat 29

2.1.4 Penelitian Terdahulu 32

2.2 Kerangka Pemikiran 35

2.2.1 Keterkaitan Internet Marketing terhadap Minat 36

2.2.2 Keterkaitan Word of Mouth terhadap Minat 37

2.2.3 Keterkaitan Internet Marketing dan Word of Mouth terhadap Minat 37

2.3 Hipotesis 39

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 40

3.2 Metode Penelitian 40

3.2.1 Desain Penelitian 42

3.2.2 Operasional Variabel 42

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 46

3.2.3.1 Sumber Data 46

DAFTAR ISI

Halaman

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 47

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 48

3.2.4.1 Uji Validitas 49

3.2.4.2 Uji Reliabilitas 53

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 54

3.2.5.1 Rancangan Analisis 54

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif 54

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif 56

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 62

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 66

4.1.1 Sejarah Perusahaan 66

4.1.2 Visi dan Misi 66

4.1.2.1 Visi 66

4.1.2.2 Misi 66

4.1.3 Struktur Organisasi 67

4.1.4 Deskripsi Jabatan 68

4.2 Pembahasan Penelitian 86

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin 86

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 87

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 88

4.3 Analisis Deskriptif 89

4.3.1 Tanggapan Mengenai Internet Marketing 89

4.3.2 Tanggapan Mengenai Word of Mouth 99

4.3.3 Tanggapan Mengenai Minat 106

DAFTAR ISI

Halaman

4.4 Analisis Verifikatif 114

4.4.1.1 Uji Asumsi Klasik 114

4.4.1.2 Analisis Pengaruh Internet Marketing dan Word of Mouth Terhadap Minat 118

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 135

5.2 Saran 136

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN