

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	13
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	14
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR .....</b>	<b>17</b>
2.1 Administrasi Bisnis .....	17
2.1.1 Pengertian Administrasi .....	17
2.1.2 Pengertian Administrasi Bisnis .....	18
2.2 Pemasaran .....	18
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	18
2.2.2 <i>Digital Marketing</i> .....	20
2.3 <i>E-Commerce</i> .....	20
2.4 <i>Online Customer Review</i> .....	22
2.4.1 Indikator <i>Online Customer Review</i> .....	24
2.5 <i>Brand Image</i> .....	25

2.5.1 Indikator <i>Brand Image</i> .....	26
2.6 <i>Customer Path 5A</i> .....	26
2.6.1 Indikator <i>Customer Path 5A</i> .....	30
2.7 Penelitian Terdahulu.....	31
2.8 Kerangka Pemikiran.....	33
2.9 Hipotesis.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Metode Penelitian.....	36
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.1.2 Metode Penelitian yang digunakan .....	37
3.2 Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel .....	38
3.2.1 Variabel Penelitian .....	38
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.3.1 Data Primer .....	40
3.3.2 Data Sekunder .....	42
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....	43
3.4.1 Populasi Penelitian .....	43
3.4.2 Sampel Penelitian.....	43
3.5 Uji Instrumen Penelitian .....	45
3.5.1 Uji Validitas.....	45
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	46
3.6 Teknik Analisis Data .....	47
3.6.1 Uji Hipotesis .....	48
3.6.2 Koefisien Determinasi.....	50
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	51
3.6.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1 Gambaran Umum Kedai Salad Yook .....	54
4.1.1 Profil Singkat Perusahaan .....	54
4.1.2 Visi dan Misi .....	55
4.1.3 Logo Kedai Salad Yook.....	56
4.1.4 Struktur Ogranisasi .....	57
4.1.5 Karakteristik Responden .....	60
4.2 Pelaksanaan <i>Online Customer Review</i> , <i>Brand Image</i> dan <i>Customer Path 5A</i> pada Kedai Salad Yook Majalengka.....	62

4.2.1 Pelaksanaan <i>Online Customer Review</i> pada Kedai Salad Yook Majalengka.....	62
4.2.2 Pelaksanaan <i>Brand Image</i> pada Kedai Salad Yook Majalengka.....	74
4.2.3 Pelaksanaan <i>Customer Path 5A</i> pada Kedai Salad Yook Majalengka .	82
4.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap <i>Customer Path 5A</i> pada Kedai Salad Yook Majalengka.....	94
4.3.1 Uji Instrumen Penelitian .....	94
4.3.2 Analisis Data .....	96
4.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Path 5A</i> pada Kedai Salad Yook Majalengka.....	98
4.4.1 Uji Instrumen Penelitian .....	98
4.4.2 Analisis Data .....	100
4.5 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Path 5A</i> pada Kedai Salad Yook Majalengka .....	101
4.5.1 Uji Instrumen Penelitian .....	101
4.5.2 Analisis Data .....	103
4.6 Hambatan dan Upaya Kedai Salad Yook .....	109
4.6.1 Hambatan yang di Hadapi.....	109
4.6.2 Upaya yang dilakukan.....	110
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>111</b>
5.1 Kesimpulan .....	111
5.2 Saran.....	114
5.2.1 Saran untuk Perusahaan .....	114
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya .....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>117</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>123</b>