

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian	12
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	12
1.5.2 Lamanya Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR	14
2.1 Administrasi Bisnis	14
2.1.1 Administrasi	14
2.1.2 Administrasi Bisnis	15
2.2 Pemasaran	16
2.3 Bauran Pemasaran.....	17
2.4 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	18
2.4.1 Pengertian <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	18
2.4.2 Indikator <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	20

2.5	<i>Google Review</i>	21
2.6	Keputusan Pembelian.....	23
2.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.6.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	24
2.6.3	Indikator Keputusan Pembelian	24
2.7	Penelitian Terdahulu.....	26
2.8	Kerangka Pemikiran.....	28
2.9	Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Metode Penelitian.....	33
3.1.1	Paradigma Penelitian.....	33
3.1.2	Metode Penelitian yang digunakan	34
3.1.3	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel.....	35
3.1.4	Teknik Pengumpulan Data	38
3.1.5	Teknik Analisa Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Gambaran Objek Penelitian	48
4.1.1	Gambaran Umum Kopi Romantis Cihapit.....	48
4.1.2	Visi dan Misi Kopi Romantis	49
4.1.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas Kopi Romantis Cihapit	50
4.1.4	Gambaran <i>Electronic Word Of Mouth (e-WOM)</i> pada <i>Google Review</i> di Kopi Romantis Cihapit.....	53
4.1.5	Gambaran Keputusan Pembelian pada Kopi Romantis Cihapit ...	54
4.1.6	Gambaran umum Data Responden Kopi Romantis Cihapit	55
4.2	Pelaksanaan <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> pada <i>Google Review</i> di Kopi Romantis Cihapit	58
4.2.1	Kondisi <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> pada <i>Google Review</i> Kopi Romantis Cihapit.....	58
4.2.2	Kondisi Analisis Skor Variabel X	72
4.3	Pelaksanaan Keputusan Pembelian pada Kopi Romantis Cihapit	76
4.3.1	Kondisi Keputusan Pembelian pada Kopi Romantis Cihapit	76

4.3.2	Analisis Skor Variabel Y	84
4.4	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i> pada <i>Google Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	87
4.4.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	87
4.4.2	Analisis Data	91
4.5	Hambatan dan Upaya Kopi Romantis Cihapit.....	97
4.5.1	Hambatan yang dihadapi Kopi Romantis Cihapit.....	97
4.5.2	Upaya yang dilakukan Kopi Romantis Cihapit.....	98
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1	Kesimpulan	99
5.2	Saran.....	102
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	102
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....		105
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....		107