

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

ABSTRAK..... i

KATA PENGANTAR.....ii

DAFTAR ISI.....vi

DAFTAR TABEL.....ix

DAFTAR GAMBAR.....xii

DAFTAR LAMPIRAN.....xiii

**BAB I PENDAHULUAN..... 1**

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Identifikasi Masalah.....10

1.3 Rumusan Masalah..... 11

1.4 Tujuan Penelitian..... 11

1.5 Manfaat Penelitian..... 12

1.5.1 Manfaat Teoritis..... 12

1.5.2 Manfaat Praktis..... 12

**BAB II..... 13**

**KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....13**

2.1 Kajian Pustaka..... 13

2.1.1 Manajemen.....13

2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....13

2.1.1.2 Fungsi Manajemen.....14

2.1.1.3 Tujuan Manajemen..... 16

2.1.1.4 Bidang-Bidang Manajemen..... 17

2.1.2 Manajemen Pemasaran..... 19

2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran..... 19

2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran.....20

2.1.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran.....21

2.1.2.4 *Marketing Mix*.....23

|                                        |                                                                             |           |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.2.5                                | Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran .....                                     | 24        |
| 2.1.2.6                                | Pemasaran Era Industri 4.0 .....                                            | 25        |
| 2.1.2.7                                | Model Perilaku Konsumen AISAS .....                                         | 26        |
| 2.1.3                                  | <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....                                       | 28        |
| 2.1.3.1                                | Pengertian <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....                            | 28        |
| 2.1.3.2                                | Karakteristik <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....                         | 29        |
| 2.1.3.3                                | Faktor Yang Memengaruhi <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....               | 30        |
| 2.1.3.4                                | Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....                             | 31        |
| 2.1.4                                  | Keputusan Pembelian .....                                                   | 33        |
| 2.1.4.1                                | Pengertian Keputusan Pembelian .....                                        | 33        |
| 2.1.4.2                                | Proses Pengambilan Keputusan .....                                          | 34        |
| 2.1.4.3                                | Indikator Keputusan Pembelian .....                                         | 35        |
| 2.1.5                                  | Penelitian Terdahulu yang Relevan .....                                     | 36        |
| 2.2                                    | Kerangka Pemikiran .....                                                    | 38        |
| 2.3                                    | Hipotesis Penelitian .....                                                  | 40        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b> |                                                                             | <b>41</b> |
| 3.1                                    | Metode Penelitian Yang Digunakan .....                                      | 41        |
| 3.2                                    | Definisi dan Operasional Variabel .....                                     | 42        |
| 3.2.1                                  | Definisi Variabel .....                                                     | 42        |
| 3.2.2                                  | Operasionalisasi Variabel .....                                             | 43        |
| 3.3                                    | Populasi dan Sampel .....                                                   | 44        |
| 3.3.1                                  | Populasi .....                                                              | 44        |
| 3.3.2                                  | Sampel .....                                                                | 45        |
| 3.4                                    | Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....                               | 46        |
| 3.4.1                                  | Sumber Data .....                                                           | 46        |
| 3.4.2                                  | Teknik Pengumpulan Data .....                                               | 47        |
| 3.5                                    | Teknik Analisis Data .....                                                  | 48        |
| 3.5.1                                  | Analisis Deskriptif .....                                                   | 48        |
| 3.5.2                                  | Analisis Verifikatif .....                                                  | 50        |
| 3.5.2.1                                | Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 50        |

|                                        |                                                                                                          |            |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.6                                    | Tempat dan Waktu Penelitian.....                                                                         | 53         |
| 3.6.1                                  | Tempat Penelitian.....                                                                                   | 53         |
| 3.6.2                                  | Waktu Penelitian.....                                                                                    | 53         |
| <b>BAB IV</b>                          | <b>.....</b>                                                                                             | <b>55</b>  |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> | <b>.....</b>                                                                                             | <b>55</b>  |
| 4.1                                    | Hasil Penelitian.....                                                                                    | 55         |
| 4.1.1                                  | Gambaran Umum Objek Penelitian.....                                                                      | 55         |
| 4.1.1.1                                | Profil Kopitiam Mang Ade.....                                                                            | 55         |
| 4.1.1.2                                | Visi dan Misi Kopitiam Mang Ade.....                                                                     | 55         |
| 4.1.1.3                                | Struktur Organisasi Kopitiam Mang Ade.....                                                               | 56         |
| 4.1.2                                  | Karakteristik Responden.....                                                                             | 58         |
| 4.1.3                                  | Deskripsi Variabel yang Diteliti.....                                                                    | 62         |
| 4.1.3.1                                | Hasil Penelitian tentang <i>Electronic Word Of Mouth</i> pada<br>Konsumen Kopitiam Mang Ade.....         | 62         |
| 4.1.3.2                                | Hasil Penelitian tentang keputusan Pembelian pada Konsumen<br>Kopitiam Mang Ade.....                     | 71         |
| 4.1.4                                  | Hasil Pengujian Hipotesis.....                                                                           | 81         |
| 4.1.4.1                                | Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan<br>Pembelian.....                            | 81         |
| 4.2                                    | Pembahasan.....                                                                                          | 90         |
| 4.2.1                                  | <i>Electronic Word Of Mouth</i> pada Kopitiam Mang Ade.....                                              | 90         |
| 4.2.2                                  | Keputusan Pembelian pada Konsumen Kopitiam Mang Ade.....                                                 | 92         |
| 4.2.3                                  | Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan<br>Pembelian Konsumen Kopitiam Mang Ade..... | 93         |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>        | <b>.....</b>                                                                                             | <b>96</b>  |
| 5.1                                    | Simpulan.....                                                                                            | 96         |
| 5.2                                    | Saran.....                                                                                               | 97         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                  | <b>.....</b>                                                                                             | <b>99</b>  |
| <b>LAMPIRAN</b>                        | <b>.....</b>                                                                                             | <b>102</b> |