

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
INTISARI	1
<i>ABSTRACT</i>	2
I. PENDAHULUAN	3
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	10
2.1 Pengembangan Bisnis Anggrek	10
2.2 Komunikasi Pemasaran	11
2.3 Komunikasi Getok Tular (<i>WOM</i>).....	13
2.4 Komunikasi Getok Tular Elektronik (<i>EWOM</i>)	13
2.5 Faktor – faktor yang Mempengaruhi <i>EWOM</i>	16
2.5.1 Homofili	18
2.5.2 Kekuatan Ikatan.....	19
2.5.3 Promosi Media Sosial.....	20
2.6 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	22
2.7 Hipotesis Penelitian.....	23
III. METODE PENELITIAN	24
3.1 Metode Dasar	24
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	24
3.2.1 Lokasi Penelitian	24
3.2.2 Sampel Responden	24

3.3 Teknik Pengumpulan Data	26
3.3.1 Teknik Observasi	26
3.3.2 Wawancara	26
3.3.4 Kuesioner	26
3.3.5 Studi Kepustakaan	27
3.4 Jenis dan Sumber Data	27
3.4.1 Data Primer	27
3.4.2 Data Sekunder	27
3.5 Pembatasan Masalah	27
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	28
3.7 Metode Analisis Data	30
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	30
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	31
3.7.3 Regresi Linier Berganda	34
IV. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	36
4.1 Profile Perusahaan Batang Dahan	36
4.2 Media Sosial Batang Dahan	37
4.3 Karakteristik Responden	39
4.3.1 Homofili	39
4.3.2 Kekuatan Ikatan	41
4.3.3 Promosi Media Sosial	44
V. PEMBAHASAN	52
5.1 Komunikasi <i>EWOM</i> pada media instagram @batangdahan	52
5.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi <i>EWOM</i> pada media instagram @batangdahan	57
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	66
6.1 Kesimpulan	66
6.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68