

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Setelah Halaman Judul	ii
Halaman Persetujuan Tim Promotor	iii
Halaman Pernyataan	iv
Lembar Persembahan	vi
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstract	xiv
Intisari	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Pertanyaan Penelitian	14
1.4. Tujuan Penelitian	16
1.5. Lingkup Penelitian	16
 BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Teori Komunikasi	19
2.2. Teori Pembelajaran Keperilakuan (<i>Behavioral Learning Theory</i>)	20
2.3. Teori Keadilan (<i>Equity Theory</i>)	23
2.4. Teori Sifat (<i>Trait Theory</i>)	24
2.5. Teori Berpindah, Bersuara, dan Kesetiaan (<i>Exit, Voice, Loyalty Theory</i>)	26
2.6. Teori Atribusi (<i>Attribution Theory</i>)	27
2.7. Teori Peran (<i>Role Theory</i>)	28
2.8. Logika Dominan Jasa (<i>Service-dominant Logic</i>)	29
2.9. Perilaku Keluhan Konsumen	30

2.10. Evolusi Komunikasi dari Mulut ke Mulut	32
2.11. Komunikasi Negatif dari Mulut ke Mulut	36
2.12. Perilaku Konsumen secara Daring	37
2.13. Anteseden Perilaku Keluhan	39
2.14. Penolakan Pembelian Ulang	44
2.15. Nilai-nilai Budaya dan Perilaku Konsumen	46
2.16. Nilai-nilai Individualisme	49
2.17. Pengembangan Hipotesis	51
2.17.1. Hubungan Kepercayaan Diri dan Komunikasi Negatif dari Mulut ke Mulut secara Daring	51
2.17.2. Hubungan Altruisme dan Komunikasi Negatif dari Mulut ke Mulut secara Daring	53
2.17.3. Hubungan Tingkat Kepentingan Jasa dan Komunikasi Negatif dari Mulut ke Mulut secara Daring	54
2.17.4. Hubungan Kemungkinan Sukses Perilaku Keluhan dan Komunikasi Negatif dari Mulut ke Mulut secara Daring	56
2.17.5. Hubungan Manfaat Keluhan ke Perusahaan dan Komunikasi Negatif dari Mulut ke Mulut secara Daring	58
2.17.6. Hubungan Atribusi Eksternal dan Komunikasi Negatif dari Mulut ke Mulut secara Daring	59
2.17.7. Hubungan Niat Retaliasi dan Komunikasi Negatif dari Mulut ke Mulut secara Daring	61
2.17.8. Hubungan Komunikasi Negatif dari Mulut ke Mulut secara Daring dan Penolakan Pembelian Ulang	62
2.17.9. Efek Moderasi Nilai Budaya Individualisme pada Hubungan antara Anteseden Komunikasi Negatif dari Mulut ke Mulut secara Daring dan Variabel Komunikasi Negatif dari Mulut ke Mulut secara Daring	64
2.18. Model Penelitian	72

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian	78
3.2. Identifikasi, Definisi Operasional, Pengukuran, dan Skala Pengukuran Variabel Penelitian	80
3.2.1. Identifikasi Variabel Penelitian	80
3.2.2. Definisi Konseptual, Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian	80
3.3. Instrumen Penelitian	85
3.4. Pengujian Instrumen Penelitian	86
3.4.1. Pengujian Validitas	87
3.4.2. Pengujian Reliabilitas	88
3.5. Desain Sampel	89
3.5.1. Populasi dan Sampel Penelitian	89
3.5.2. Ukuran Sampel	90
3.5.3. Metode Pengambilan Sampel	90
3.6. Metode Pengumpulan Data	91
3.7. Metode Analisis Data	93

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis	95
4.1.1. Penelitian Pendahuluan	95
4.1.2. Pengumpulan Data	97
4.1.3. Karakteristik Responden Penelitian	99
4.1.4. Pengujian Bias Data dari Sumber Data yang Berbeda	105
4.1.5. Uji Normalitas	107
4.1.6. Uji Validitas Instrumen Penelitian	108
4.1.7. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	111
4.1.8. Statistik Deskriptif	113

4.1.9. Hasil Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis	116
4.2. Pembahasan	135

BAB V PENUTUP

5.1. Simpulan	159
5.2. Kontribusi Penelitian	160
5.2.1. Kontribusi Penelitian pada Pengembangan Teori	160
5.2.2. Kontribusi Penelitian pada Pengembangan Praktik	162
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya	165

RINGKASAN DISERTASI	167
----------------------------------	------------

SUMMARY	191
----------------------	------------

DAFTAR PUSTAKA	211
-----------------------------	------------

LAMPIRAN	219
-----------------------	------------