**DAFTAR ISI**

Halaman

**ABSTRAK** i

***ABSTRACT*** ii

**KATA PENGANTAR** iii

**DAFTAR ISI** v

**DAFTAR TABEL** ix

**DAFTAR GAMBAR** xii

**DAFTAR LAMPIRAN** xiii

**BAB I PENDAHULUAN**

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Rumusan Masalah 8
3. Identifikasi Masalah 8
4. Tujuan Penelitian 9
5. Manfaat Penelitian 9

**BAB II KAJIAN PUSTAKA**

1. Landasan Teoritis 11
2. Teori Behaviorisme 11
3. Teori Rangsangan-Tanggapan 12
4. Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) 12
5. Getok Tular (*Word of Mouth*) 14
6. *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) 15
	1. Definisi *Electronic Word of Mouth* 15
	2. Dimensi *Electronic Word of Mouth* 16
		1. Intensitas 16
		2. *Valence of Opinion* 17
		3. *Content* 17
7. Media Sosial 17
8. Pesan 19
9. Penelitian Terdahulu 20
10. Kerangka Pemikiran 26
11. Hipotesis 27

**BAB III METODE PENELITIAN**

1. Obyek Penelitian 28
2. Desain Penelitian 29
3. Variabel Penelitian 30
4. Teknik Pengumpulan Data 34
5. *Field Research* 34
	1. Kuisioner 34
	2. Wawancara 34
6. *Library Research* 35
7. Teknik Pengambilan Sampel 35
8. Teknik Analisis Data 38
9. Skala Likert 38
10. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 39
	1. Uji Validitas 39
	2. Uji Reliabilitas 40
11. Analisis Korelasi Pearson 41
12. Uji Normalitas 42
13. Uji Regresi Linier Sederhana 43
14. Uji Statistik t 44

**BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

1. Gambaran Umum 45
2. Instagram 45
3. Instagram @geprekbensu 52
4. Analisis dan Pembahasan 55
5. Uji Validitas dan Reliabilitas 55
6. Identitas Responden 63
7. Hasil Deskriptif Variabel 69
8. Uji Normalitas 89
9. Analisis Korelasi Pearson 90
10. Uji Regresi Linier Sederhana 91
11. Uji Signifikansi t 94
12. Hasil Penelitian 98

**BAB V PENUTUP**

1. Simpulan 103
2. Saran 103
3. Saran Akademis 103
4. Saran Praktis 104

**DAFTAR PUSTAKA**  106

**LAMPIRAN**  107