

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	iii
Halaman Pengesahan Penguji.....	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Identifikasi Masalah	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Penegasan Istilah	11
G. Sistematika Penulisan Skripsi	12
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Word of Mouth Marketing	
a. Definisi Word of Mouth Marketing	16
b. Jenis Word of Mouth.....	21
c. Indikator Word of Mouth	23
d. Faktor-Faktor Motivasi yang Mempengaruhi Terjadinya WOM... 24	
e. Proses <i>Word of Mouth</i>	26
f. Manfaat Melakukan Word of Mouth	27
g. Rahasia Kekuatan Promosi Word of Mouth	28

B. Pemasaran	
a. Definisi Pemasaran.....	32
b. Fungsi Pemasaran	38
c. Orientasi Pemasaran.....	40
C. Era Digital	42
D. Penelitian Terdahulu	43
E. Kerangka Konseptual	48

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	50
B. Lokasi Penelitian.....	53
C. Kehadiran Peneliti.....	53
D. Data dan Sumber Data	54
E. Teknik Pengumpulan Data.....	56
F. Teknik Analisis Data.....	58
G. Pengecekan Keabsahan Temuan	59
H. Tahap-tahap Penelitian.....	62

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Profil PT Bejo Panuntun Group	
1. Sejarah.....	63
2. Visi dan Misi PT Bejo Panuntun Group	65
3. Struktur Organisasi PT Bejo Panuntun Group.....	66
4. Produk PT Bejo Panuntun Group.....	66
B. Temuan Penelitian	
1. Strategi Marketing PT Bejo Panuntun Group	68
2. Implementasi <i>Word of Mouth</i>	75
3. Proses <i>Word of Mouth</i>	83
4. Manfaat dan Kendala dalam Penerapan <i>Word of Mouth</i>	89
C. Analisa Data	
1. Analisis Implementasi <i>Word of Mouth</i> Pada PT Bejo Panuntun Group.	95
2. Analisis Manfaat dan Kendala Penerapan <i>Word of Mouth</i> pada	

PT Bejo Panuntun Group	99
BAB V : PEMBAHASAN	
A. Implementasi <i>Word of Mouth Marketing</i> di Era Digital Pada PT Bejo Panuntun Group	100
B. Manfaat dan Kendala Penerapan <i>Word of Mouth</i> Pada PT Bejo Panuntun Group	107
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan	111
B. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Hlm.
1.1 Data Penjualan PT Bejo Panuntun Group Tahun 2019-2020	2
1.2 Data Penjualan PT Bejo Panuntun Group Tahun 2020-2022	4
2.1 Penelitian Terdahulu	44
4.1 Triangulasi Data Strategi Pemasaran	69
4.2 Triangulasi Data Sumber Perolehan Informasi dan Kualitas Produk Menurut Konsumen	72
4.3 Triangulasi Data Setuju Dengan Pemasaran WOM.....	74
4.4 Triangulasi Data <i>Talkers</i>	76
4.5 Triangulasi Data <i>Topics</i>	78
4.6 Triangulasi Data <i>Tools</i>	79
4.7 Triangulasi Data <i>Talking Part</i>	80
4.8 Triangulasi Data <i>Tracking</i>	81
4.9 Triangulasi Data WOM yang Terjadi	83
4.10 Triangulasi Data Proses WOM	85
4.11 Triangulasi Data Pembicaraan Produk.....	88
4.12 Triangulasi Data Manfaat WOM	90
4.13 Triangulasi Data Kendala Penerapan WOM Marketing.....	91
4.14 Data Penjualan PT Bejo Panuntun Group Tahun 2019-2020	94
4.15 Data Penjualan PT Bejo Panuntun Group Tahun 2020-2022	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hlm.
2.1 Model Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	27
2.2 Kerangka Konseptual	49
4.1 Struktur Organisasi PT Bejo Panuntun Group Tahun 2022.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hlm.
Lampiran 1 : Pedoman Dokumentasi.....	116
Lampiran 2 : Pedoman Wawancara	120
Lampiran 3 : Surat Permohonan Izin Penelitian	121
Lampiran 4 : Surat Izin Pendirian Usaha.....	123
Lampiran 5 : Surat Pernyataan Keaslian Tulisan.....	124
Lampiran 6 : Bukti Bimbingan Skripsi	125
Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup	134