

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Pembatasan Masalah.....	10
E. Manfaat Penelitian	11
F. Penegasan Istilah	12
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	15

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka.....	17
1. Bisnis.....	17
2. Marketing.....	27
3. Strategi	31
4. <i>Word of Mouth</i>	35
5. Penjualan.....	38
6. Era Digital	45
7. <i>Digital Marketing</i>	45
8. Media Sosial.....	49
B. Penelitian Terdahulu.....	51
C. Kerangka Berfikir	59

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan	62
B. Lokasi Penelitian	64
C. Kehadiran Peneliti	65
D. Data dan Sumber Data	66
E. Teknik Pengumpulan Data	68
F. Teknik Analisis Data	69
G. Pengecekan Keabsahan.....	71
H. Tahap-tahap Penelitian	72

BAB IV

HASIL PENELITIAN

	A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	75
	B. Hasil Penelitian.....	86
	C. Temuan Penelitian.....	119
BAB V	PEMBAHASAN	
	A. Implementasi <i>Word of mouth: Customer Review on Social Media Story (Instagram, Whatsapp, Facebook)</i> dapat meningkatkan penjualan di Waroeng Radja dan Warkop Kamandanu.	134
	B. Upaya Waroeng Radja dan Warkop Kamandanu dalam mengatasi kendala pengimplementasian <i>Word of mouth Marketing: Customer Review on Social Media Story (Instagram, Whatsapps, Facebook)</i> dalam upaya peningkatan penjualan.	140
BAB VI	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	145
	B. Saran	147
	DAFTAR PUSTAKA	149
	LAMPIRAN	