

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 PENELITIAN TERDAHULU.....	6
2.2 Grand Theory.....	8
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu/Integrated Marketing Communication (IMC).....	8
2.2.2 Hubungan Masyarakat.....	10
2.2.3 Sosial Media.....	11
2.2.4 TikTok.....	12
2.2.5 Electronic Word of Mouth (EWOM).....	13
2.2.6 Minat Beli.....	14
2.2 Kerangka Pemikiran penelitian.....	16
2.3 Hipotesis.....	17
2.4 Definisi Operasional.....	17
BAB III.....	18
METODELOGI PENELITIAN.....	18
3.1 Paradigma Penelitian.....	18
3.2 Metode Penelitian.....	19

3.3	Jenis Penelitian	19
3.4	Bahan Penelitian	19
3.5	Sumber Data Populasi dan Sampel	20
3.6	Teknik pengumpulan data	21
3.7	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	22
3.8	Teknik Analisis Data.....	24
BAB IV.....		26
HASIL PENELITIAN		26
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	26
4.1.1	Gambaran Umum Tiktok.....	26
4.1.2	Gambaran Umum Kopi Kenangan.....	27
4.2	Karakteristik Responden	28
4.3	Hasil penelitian Variabel Electronic Word of Mouth (X).....	32
4.4	Hasil Analisis Deskriptif.....	38
4.5.1	Uji Validitas Data	40
4.5.2	Uji Reabilitas Data	41
4.5.3	Uji Normalitas Data	42
4.5	Uji Regensi Linear Sederhana	43
4.6	Uji Hipotesis	43
4.7	Uji F	44
4.8	Kofisiensi Diterminasi	44
BAB V.....		46
PEMBAHASAN		46
5.1	Pembahasan Hasil Penelitian	46
5.2	Penelitian Terdahulu	47
BAB VI.....		49
KESIMPULAN		49
6.1	Kesimpulan	49
6.2	Saran	49
Lampiran		50
1. Outline Kuisisioner		50
Lampiran 2. Absensi Bimbingan.....		53
LAMPIRAN 3 HASIL SPSS 26		54
DAFTAR PUSTAKA		56

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 2. 2 Kerangka Teori	10
Tabel 2. 3 Kerangka pemikiran penelitian	16
Tabel 2. 4 Definisi Operasional	18
Tabel 3 1 Bobot penilaian Skala Likert	22
Tabel 4. 1 Respon responden terhadap pertanyaan mendapatkan informasi media sosial tikto	32
Tabel 4. 2 Respon terhadap pertanyaan rekomendasi menu kopi kenangan.....	32
Tabel 4. 3 Respon Responden terhadap pertanyaan mendapatkan informasi harga melalui media sosial tiktok.....	33
Tabel 4. 4 Respon responden terhadap pertanyaan medapatkan informasi untuk meningkatkan minat beli.....	33
Tabel 4. 5 Respon responden terhadap pertanyaan mendapatkan informasi positif tentang kopi kenangan.....	34
Tabel 4. 6 Respon responden terhadap pertanyaan komentar negative yang mengurangi minat beli kopi kenangan.....	34
Tabel 4. 7 Respon responden terhadap pertanyaan mendapatkan informasi diskon dan voucer	35
Tabel 4. 8 Respon responden terhadap pertanyaan mencari informasi kopi kenangan di media sosial lain.....	35
Tabel 4. 9 Respon responden terhadap pertanyaan mencari informasi lebih lanjut tentang kopi kenangan.....	36
Tabel 4. 10 Respon responden terhadap pertanyaan mempertimbangkan pemebelian kopi kenangan.....	36
Tabel 4. 11 Respon responden terhadap pertanyaan tertarik untuk mencoba salah satu menu kopi kenangan.....	37
Tabel 4. 12 Respon responden terhadap pertanyaan ingin mengetahui lebih lanjut tentang kopi kenangan.....	37
Tabel 4. 13 Respon terhadap pertanyaan mengunjungi kedai kopi kenangan untuk mencoba kopi kenangan.....	37
Tabel 4. 14 Interpretasi Nilai Indeks	38
Tabel 4. 15 Hasil Analisis deskriptif.....	40
Tabel 4. 16 Hasil Uji validitas variabel X.....	41
Tabel 4. 17 Hasil uji validitas variael Y.....	41
Tabel 4. 18 Hasil uji reabilitas variabel Ewom (X).....	41
Tabel 4. 19 Hasil Uji reabilitas variabel Minat beli (Y).....	42
Tabel 4. 20 Hasil Uji Normalitas Data.....	42
Tabel 4. 21 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	43
Tabel 4. 22 Hasil Uji Hipotesis	43
Tabel 4. 23 Hasil uji regresi liner sedehana uji F.....	44
Tabel 4. 24 Hasil uji kofisiensi Diterminasi.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Aplikasi tiktok.....	26
Gambar 4. 2 Kopi Kenangan.....	27
Gambar 4. 4 Jenis Kelamin Responde.	28
Gambar 4. 5 Usia Responden.....	29
Gambar 4. 6 Domisili Responden.	29
Gambar 4. 7 Responden Pengguna Tiktok.....	30
Gambar 4. 8 Responden Yang mengetahui Kopi kenangan.	31
Gambar 4. 9 Responden yang merupakan Followers Tiktok Kopi kenangan.....	31