

DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar	i
Persetujuan	ii
Pernyataan	iii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel.....	vi
Daftar Gambar.....	vii
Bab I. Pendahuluan.	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
Bab II. Landasan Teori.....	13
2.1 Industri Wedding Organizer	13
2.2 <i>Word of Mouth Communication</i>	14
2.3 Media Sosial.....	20
2.4 <i>Buying Decision</i> (Keputusan Pembelian).....	24
2.5 Kerangka Konsep.....	26
2.6 Definisi Variabel	28
2.7 Hipotesis.....	30
Bab III. Metodologi Penelitian	31

3.1 Objek Penelitian.....	31
3.2 Jenis Penelitian.....	31
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5 Instrumen Penelitian.....	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
Bab IV. Pembahasan.....	43
4.1 Analisis Responden.....	43
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
4.3 Pengujian Hipotesis.....	46
4.4 Analisis Regresi dengan Variabel Mediasi.....	50
4.5 Analisis Deskriptif Hipotesis.....	51
4.6 Implikasi.....	52
Bab V. Kesimpulan dan Saran.....	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran-Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
DAFTAR LAMPIRAN.....	58

Daftar Tabel

Tabel	Halaman
1. Tabel 1.1 Data Jumlah Pernikahan Penduduk Provinsi DKI Jakarta Tahun 2012 s/d 2016	2
2. Tabel 3.1 Peristiwa Nikah di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2016	33
3. Tabel 3.2 Instrumen Penelitian.....	35
4. Tabel 4.1 Hasil Uji Reliabilitas	45
5. Table 4.2 Uji Regresi Linier Berganda	46
6. Tabel 4.3 Koefisien Determinasi.....	47
7. Tabel 4.4 Uji Simultan (Uji F)	48
8. Tabel 4.5 Uji Parsial (Uji T).....	49
9. Tabel 4.6 Uji Regresi Linier Berganda	50

Daftar Gambar

Gambar	Halaman
1. Gambar 1.1 Key Stakeholder Dalam Acara Pernikahan	4
2. Gamber 1.2 Tampilan Page Instagram Chandelier Wedding	5
3. Gambar 1.3 Tanggapan Baik Kepuasan Klien Chandelier Wedding (1)	8
4. Gambar 1.4 Tanggapan Baik Kepuasan Klien Chandelier Wedding (2)	9
5. Gambar 2.1 Five Stage Model of the Consumer Buying Process	25
6. Gambar 2.8 Kerangka Konsep	27