

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN TELAH SIAP DIUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Perumusan Masalah.....	11
1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	12
1.4.Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Tinjauan Teoritis.....	16
2.2.1 <i>Word-of-mouth (WOM)</i> dan <i>electronic Word-of-mouth (eWOM)</i> .....	16
2.2.2 Motivasi WOM dan eWOM.....	17

2.2.3 <i>Positive eWOM Motivation</i> .....	19
2.2.4 <i>Customer Experience</i> .....	21
2.2.5 <i>Restaurant Experience</i> .....	22
2.3 Kerangka Konsep Penelitian .....	26
2.4 Batasan Penelitian .....	28
<b>BAB 3 METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	29
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	30
3.2 Sumber Data .....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.5 Teknik Analisis .....	34
3.6 Validasi Penelitian Kualitatif .....	36
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
4.1. Media Sosial Facebook .....	37
4.2. Facebook Sebagai Media eWOM .....	39
<b>BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
5.1. Profil Informan .....	41
5.2. Gambaran Umum Proses Penelitian .....	43
5.3. Analisis Hasil Penelitian .....	45
5.3.1 Analisis Isi dan Observasi (Pengamatan Langsung dan Dokumentasi) .....	45
5.3.2 Analisis Klasifikasi Hasil Wawancara .....	60
5.4. Pembahasan Hasil Penelitian .....	71
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>79</b>
6.1. Kesimpulan .....	79
6.2. Keterbatasan Penelitian .....	80

6.3. Saran .....	81
6.3.1 Saran Akademis .....	81
6.3.2 Saran Bagi Penelitian Berikutnya .....	81
6.3.3 Saran Bagi Pelaku Usaha .....	82
DAFTAR PUSTAKA .....	83
LAMPIRAN .....	89



## DAFTAR TABEL

Tabel V.1 Tabulasi Hasil Analisis Isi Ulasan Positif eWOM .....	60
Tabel V.2 Tabulasi <i>Customer Experience Menurut</i> Hasil Wawancara.....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penggunaan Sosial Media di Indonesia .....	8
Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian .....	27
Gambar 5.1 Ulasan Positif eWOM terkait Restoran 1914 Surabaya .....	46
Gambar 5.2 Suasana dan Hidangan Restoran 1914 Surabaya.....	47
Gambar 5.3 Ulasan Positif eWOM Restoran Domicile Kitchen n Lounge.....	48
Gambar 5.4 Suasana dan Hidangan Restoran Domicile Kitchen n Lounge.....	49
Gambar 5.5 Ulasan Positif eWOM Restoran Pipe n Barrel .....	49
Gambar 5.6 Suasana dan Hidangan Restoran Restoran Pipe n Barrel .....	50
Gambar 5.7 Ulasan Positif eWOM Restoran Boncafe Steak n Ice Cream.....	51
Gambar 5.8 Suasana dan Hidangan Restoran Boncafe Steak n Ice Cream.....	52
Gambar 5.9 Ulasan Positif eWOM Restoran Sushi Tei .....	53
Gambar 5.10 Suasana dan Hidangan Restoran Sushi Tei .....	54
Gambar 5.11 Ulasan Positif eWOM Restoran Edo Kaiten Sushi .....	54
Gambar 5.12 Suasana dan Hidangan Restoran Edo Kaiten Sushi.....	55
Gambar 5.13 Ulasan Positif eWOM Restoran Hungry Jef.....	56
Gambar 5.14 Suasana dan Hidangan Restoran Hungry Jef.....	57
Gambar 5.15 Ulasan Positif eWOM terkait Restoran Hachi Hachi Bistro .....	57
Gambar 5.16 Suasana dan Hidangan Restoran Hachi Hachi Bistro.....	59
Gambar 5.17 Rangkaian Evaluasi Berbagai Tipe Produk .....	74
Gambar 5.18 Perbedaan Antara <i>Latent</i> dan <i>Manifest Motives</i> .....	77

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran Hasil Wawancara .....89

