

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
1. <i>Electronic word of mouth marketing</i>	7
2. <i>Brand image</i>	14
3. Keputusan pembelian	17
4. Pengaruh <i>electronic word of mouth marketing</i> terhadap <i>brand image</i>	24
5. Pengaruh <i>electronic word of mouth marketing</i> terhadap keputusan pembelian	24
6. Pengaruh <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian	25
7. <i>Sunscreen</i>	26
F. Landasan Teori	30
G. Kerangka Konsep Penelitian	33
H. Hipotesis Penelitian	34
BAB II METODE PENELITIAN	35
A. Rancangan Penelitian	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
C. Variabel Penelitian	36
1. Variabel independen	36
2. Variabel mediasi/ <i>intervening</i>	36
3. Variabel dependen	37
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
E. Populasi dan Sampel Penelitian	38
1. Populasi penelitian	39
2. Sampel penelitian	39
3. Teknik pengambilan sampel	40
4. Penentuan jumlah sampel	40
F. Teknik Pengumpulan Data	41
1. Sumber data	41

2. Teknik pengumpulan data	41
G. Instrumen Penelitian	42
H. Uji Instrumen Penelitian	44
1. Uji validitas	44
a. Uji validitas isi	44
b. Uji validitas konstruk	49
1) Uji validitas variabel <i>electronic word of mouth marketing</i> ..	50
2) Uji validitas variabel <i>brand image</i>	51
3) Uji validitas variabel keputusan pembelian	51
2. Uji reliabilitas	52
I. Analisis Data	53
1. Analisis deskriptif	53
2. Analisis regresi	54
3. Uji hipotesis	57
J. Etika Penelitian	60
K. Prosedur Jalannya Penelitian	61
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. Karakteristik Sociodemografi Responden	63
B. Riwayat Pembelian Produk <i>Sunscreen</i>	67
1. Frekuensi pembelian produk <i>sunscreen</i>	67
2. Tempat pembelian produk <i>sunscreen</i>	68
3. Merek produk <i>sunscreen</i> yang sedang digunakan	69
4. Platform yang sering digunakan untuk melakukan pencarian ulasan atau rekomendasi produk <i>sunscreen</i> di internet	71
C. Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel	73
1. Analisis rata-rata variabel <i>electronic word of mouth marketing</i>	73
2. Analisis rata-rata variabel <i>brand image</i>	75
3. Analisis rata-rata variabel keputusan pembelian	77
D. Analisis Regresi	78
1. Analisis regresi linier sederhana	78
2. Analisis jalur	83
E. Uji Hipotesis	86
1. Uji t	86
2. Uji Sobel	93
3. Uji F	96
4. Uji koefisien determinasi (R^2)	98
F. Keterbatasan Penilaian	102
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	112