

## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan .....	i
Lembar Pernyataan.....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
Abstrak .....	xvi
Abstract .....	xvii
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.6 Lingkup Penelitian .....	9
1.7 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Pengertian e-WOM .....	15
2.1.2 Pengukuran e-WOM.....	15
2.2 Pemberi Pengaruh .....	18

2.2.1	Pengertian Pemberi Pengaruh .....	18
2.2.2	Pengukuran Pemberi Pengaruh .....	21
2.3	Teman Sejawat .....	25
2.3.1	Pengertian Teman Sejawat .....	25
2.3.2	Pengukuran Teman Sejawat .....	26
2.4	Citra Merek .....	27
2.4.1	Pengertian Citra Merek .....	27
2.4.2	Pengukuran Citra Merek .....	29
2.5	Keputusan Pembelian .....	32
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian .....	32
2.5.2	Pengukuran Keputusan Pembelian .....	33
2.6	Kerangka Penelitian .....	35
2.7	Hipotesis .....	36
2.7.1	Pengaruh e-WOM pada Citra Merek .....	36
2.7.2	Pengaruh Pemberi Pengaruh pada Citra Merek .....	37
2.7.3	Pengaruh Teman Sejawat pada Citra Merek.....	37
2.7.4	Pengaruh e-WOM pada Keputusan Pembelian Produk.....	38
2.7.5	Pengaruh Pemberi Pengaruh pada Keputusan Pembelian Produk...	39
2.7.6	Pengaruh Teman Sejawat pada Keputusan Pembelian Produk .....	39
2.7.7	Pengaruh Citra Merek pada Keputusan Pembelian Produk.....	39
<b>BAB III.....</b>		<b>41</b>
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
3.2	Tempat dan Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	41
3.3	Populasi dan Penentuan Sampel.....	42

3.4	Pengujian Instrumen dan Definisi Operasional.....	43
3.4.1	Pengujian Instrumen .....	43
3.4.2	Definisi Operasional .....	44
3.5	Analisis Data .....	46
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	46
3.5.2	Uji Instrumen Penelitian .....	47
3.5.2.1	Uji Validitas .....	47
3.5.2.2	Uji Reliabilitas.....	49
3.5.2.3	Uji Normalitas .....	50
3.5.2.4	Uji Heterokedastisitas.....	50
3.5.2.5	Uji Multikolinearitas .....	51
3.5.3	Analisis Regresi Berganda.....	52
3.5.4	Koefisien Korelasi dan Determinasi ( $R^2$ ) .....	52
3.5.5	Uji Hipotesis .....	52
3.5.5.1	Uji Parsial (Uji t) .....	53
3.5.5.2	Uji Simultan (Uji F) .....	53
3.5.6	Hasil Pre-Test Sampel Kecil.....	54
3.5.6.1	Uji Validitas Rupa.....	54
3.5.6.2	Uji Validitas Konstruk.....	55
3.5.6.3	Uji Validitas 1 Pada Sampel Kecil .....	55
3.5.6.4	Uji Reliabilitas.....	59
<b>BAB IV</b>	.....	<b>60</b>
4.1	Data Responden.....	60
4.1.1	Jenis kelamin.....	61
4.1.2	Usia .....	61

4.1.3	Pendidikan .....	62
4.1.4	Pekerjaan.....	62
4.1.5	Pendapatan Perbulan.....	63
4.1.6	Produk Telepon Pintar yang Digunakan.....	64
4.1.7	Pergantian Telepon Pintar dalam Setahun .....	65
4.1.8	Biaya untuk Pembelian Telepon Pintar .....	66
4.2	Analisis Deskriptif.....	66
4.2.1	Deskripsi Variabel e-WOM.....	67
4.2.2	Deskripsi Variabel Pemberi Pengaruh.....	69
4.2.3	Deskripsi Variabel Teman Sejawat.....	70
4.2.4	Deskripsi Variabel Citra Merek.....	72
4.2.5	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian Produk.....	74
4.3	Uji Asumsi Klasik .....	76
4.3.1	Uji Normalitas.....	76
4.3.2	Pengujian Multikolinieritas.....	77
4.3.3	Pengujian Heteroskedastisitas.....	78
4.4	Uji Instrumen Pada Sampel Besar.....	80
4.4.1	Uji Validitas.....	80
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	83
4.5	Analisis Pengaruh e-WOM, Pemberi Pengaruh dan Teman Sejawat pada Citra Merek dan Keputusan Pembelian.....	85
4.5.1	Koefisien Korelasi dan Determinasi .....	85
4.6	Uji Hipotesis.....	88
4.6.1	Uji t.....	88
4.6.2	Uji F.....	95

4.7	Pembahasan Hasil Uji Penelitian .....	97
4.7.1	Pengaruh e-WOM pada Citra Merek .....	98
4.7.2	Hasil Hipotesis Kedua .....	99
4.7.3	Hasil Hipotesis Ketiga .....	99
4.7.4	Hasil Hipotesis Keempat .....	100
4.7.5	Hasil Hipotesis Kelima .....	101
4.7.6	Hasil Hipotesis Keenam.....	102
4.7.7	Hasil Hipotesis Ketujuh.....	103
<b>BAB V</b>	.....	<b>104</b>
5.1	Kesimpulan.....	104
5.2	Saran.....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>112</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Pengukuran e-WOM.....	17
Tabel 2.2	Pengukuran Pemberi Pengaruh.....	23
Tabel 2.3	Pengukuran Teman Sejawat .....	27
Tabel 2.4	Pengukuran Citra Merek .....	31
Tabel 3.1	Alternatif Jawaban Skala Likert .....	44
Tabel 3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	45
Tabel 3.3	Hasil Nilai KMO dan Barlett;s Test of Sphericit Sampe Kecil .....	56
Tabel 3.4	Nilai <i>Rotated Component Matrix</i> <sup>(a)</sup> Sampel Kecil.....	57
Tabel 3.5	Hasil Pengujian Realibilitas .....	59
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Pendidikan .....	62
Tabel 4.4	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	63
Tabel 4.5	Data Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	64
Tabel 4.6	Data Responden Berdasarkan Produk Telepon Pintar yang Digunakan .....	65
Tabel 4.7	Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pergantian Telepon Pintar Dalam Setahun.....	65
Tabel 4.8	Data Responden Berdasarkan Biaya Pembelian Produk Telepon Pintar .....	66
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Jawaban Variabel e-WOM .....	67
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Jawaban Variabel Pemberi Pengaruh.....	69
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif Jawaban Variabel Teman Sejawat.....	71

Tabel 4.12	Statistik Deskriptif Jawaban Variabel Citra Merek .....	72
Tabel 4.13	Statistik Deskriptif Jawaban Variabel Keputusan Pembelian Produk.....	74
Tabel 4.14	Uji Asumsi Klasik: Normalitas.....	76
Tabel 4.15	Uji Asumsi Klasik: Multikolinieritas .....	78
Tabel 4.16	Hasil Nilai KMO dan Barlett;s Test of Sphericit Sampel Besar .....	80
Tabel 4.17	Nilai <i>Rotated Component Matrix</i> <sup>(a)</sup> Sampel Besar .....	81
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	84
Tabel 4.18	Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi dan Determinasi Pengaruh e- WOM, Pemberi Pnegaruh, dan Teman Sejawat pada Citra Merek.....	86
Tabel 4.19	Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi dan Determinasi Pengaruh e- WOM, Pemberi Pnegaruh, dan Teman Sejawat, Citra Merek pada Keputusan Pembelian .....	87
Tabel 4.20	Hasil Analisa Regresi Linier Berganda Model Pertama.....	89
Tabel 4.21	Hasil Analisa Regresi Linier Berganda Model Kedua .....	89
Tabel 4.22	Hasil Uji Signifikansi Model Penelitian .....	97

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Penelitian.....	35
Gambar 4.1	Grafik Uji Normalitas .....	77
Gambar 4.2	Grafik Uji Heterokedastisitas .....	79
Gambar 4.3	Ringkasan Hasil Peneltian .....	95