

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan Standar Penulisan	iii
Halaman Pernyataan Keaslian	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstraksi	xv
Abstract	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Riset.....	9
1.5 Lingkup Riset.....	9
1.6 Kontribusi Penelitian.....	10
1.6.1 Manfaat Bagi Akademisi.....	10
1.6.2 Manfaat Bagi Praktisi.....	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN TEORI	
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Getok Tular (<i>Word of Mouth</i>).....	11
2.1.2 Getok Tular Elektronik (<i>Electronic Word of Mouth</i>).....	12
2.1.3 WOM vs eWOM.....	13

2.1.4	Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	14
2.1.5	Niat Beli (<i>Purchase Intention</i>).....	15
2.1.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	18
2.2	Perumusan Hipotesis.....	19
2.2.1	Pengaruh Getok Tular Elektronik terhadap Citra Merek.....	19
2.2.2	Pengaruh Getok Tular Elektronik terhadap Niat Beli.....	20
2.2.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli.....	21
2.8	Model Penelitian.....	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Strategi Riset.....	23
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	23
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	24
3.4	Karakteristik Subjek Penelitian.....	27
3.5	Desain Pengambilan Sampel.....	28
3.5.1	Unit Sampel.....	29
3.5.2	Ukuran Sampel.....	29
3.6	Objek Penelitian.....	30
3.7	Instrumen Riset.....	32
3.8	Pengujian Instrumen.....	33
3.8.1	Uji Validitas.....	33
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	34
3.9	Analisis Data.....	35
3.9.1	Metode Analisis.....	35
3.9.2	Pengembangan Formulasi Dasar.....	37
3.9.3	<i>Goddness of Fit</i>	38
3.9.4	Tingkat Signifikasi.....	39
3.9.5	Pengujian Hipotesis.....	40



BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden.....	41
4.2	Uji Instrumen.....	44
4.2.1	Uji Validitas.....	44
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	46
4.3	Statistik Deskriptif Variabel.....	48
4.4	Uji Hipotesis.....	51
4.4.1	Hipotesis Pertama.....	51
4.4.2	Hipotesis Kedua.....	52
4.4.3	Hipotesis Ketiga.....	53
4.5	Pengaruh Tidak Langsung.....	54
4.5.1	Uji Efek Mediasi.....	54
4.5.2	Hasil Uji Efek Mediasi.....	56
4.6	Pembahasan Hipotesis.....	58
4.6.1	Getok Tular Elektronik Berpengaruh Positif terhadap Citra Merek....	58
4.6.2	Getok Tular Elektronik Berpengaruh Positif terhadap Niat Beli.....	60
4.6.3	Citra Merek Berpengaruh Positif terhadap Niat Beli.....	61

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	63
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	64
5.3	Saran.....	65
5.3.1	Manajerial.....	65
5.3.2	Riset Berikutnya.....	65

Daftar Pustaka.....	67
----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lima Vendor Terbaik 2014.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Item Pertanyaan Getok Tular Elektronik.....	25
Tabel 3.2 Item Pertanyaan Citra Merek.....	26
Tabel 3.3 Item Pertanyaan Niat Beli.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji KMO dan <i>Barlett's Test</i>	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif.....	48
Tabel 4.6 Korelasi Variabel Penelitian.....	49
Tabel 4.7 Deskripsi Item, <i>Mean</i>	50
Tabel 4.8 Hasil Analisis Linier Sederhana.....	51
Tabel 4.9 Hasil Analisis Linier Berganda`.....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Efek Mediasi.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	22
Gambar 3.1 Produk Ponsel Pintar Samsung.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 2 Data Primer.....	77
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	82
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	84
Lampiran 5 Karakteristik Responden.....	86
Lampiran 6 Statistik Deskriptif dan Korelasi.....	89
Lampiran 7 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	91
Lampiran 8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	93
Lampiran 9 Uji Efek Mediasi.....	95