

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Lingkup Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.7 Sistematika Penelitian	10
 BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Niat Beli.....	12
2.1.2 Getok Tular Elektronik	13
2.1.3 Citra Merek.....	14
2.2 Perumusan Hipotesis.....	15
2.2.1 Pengaruh Getok Tular Elektronik terhadap Citra Merek.....	15
2.2.2 Pengaruh Getok Tular Elektronik terhadap Niat Beli.....	16
2.2.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli	17
2.3 Model Penelitian	18
 BAB III METODE PENELITIAN	 19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	20
3.2.1 Getok tular elektronik.....	20
3.2.2 Citra Merek.....	21
3.2.3 Niat Beli.....	21
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	22
3.3.1 Populasi	22
3.3.2 Metode Pengambilan Sampel	22
3.3.3 Ukuran Sampel yang ditargetkan.....	23
3.3.4 Waktu Penelitian.....	24
3.3.5 Lokasi Penelitian	24

3.4 Objek Penelitian	24
3.5 Metode Pengumpulan Data	24
3.6 Instrumen Penelitian	25
3.6.1 Pra-Uji Penelitian	26
3.7 Pengujian Instrumen	26
3.7.1 Uji Validitas	26
3.7.2 Uji Reliabilitas	30
3.8 Analisis Data	31
3.8.1 Metode Analisis Data	31
3.8.2 Tingkat Signifikansi yang Digunakan	33
3.8.3 Pengembangan Formulasi Dasar	34
3.8.4 Pengujian Goodness-of-Fit	34
3.8.5 Uji Asumsi Klasik	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Karakteristik Responden	37
4.2 Uji Instrumen pada Sampel Besar	40
4.2.1 Uji Validitas	40
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	41
4.2.3 Statistik Deskriptif	42
4.2.4 Korelasi Antar Variabel	45
4.3 Uji Multikolinearitas	46
4.4 Uji Hipotesis	46
4.4.1 Hipotesis Pertama	47
4.4.2 Hipotesis Kedua	48
4.4.3 Hipotesis Ketiga	49
4.4.4 Uji Mediasi	50
4.5 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	52
4.6 Pembahasan	52
4.6.1 Getok Tular Elektronik Berpengaruh Positif terhadap Citra Merek... 53	
4.6.2 Getok Tular Elektronik Berpengaruh Positif terhadap Niat Beli..... 54	
4.6.3 Citra merek berpengaruh positif terhadap niat beli	55
4.6.4 Citra merek memediasi hubungan getok tular elektronik terhadap niat beli	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Implikasi Manajemen	60
5.3 Keterbatasan Penelitian	61
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	66