

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Komunikasi <i>Word of Mouth</i> (WOM)	10
2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM)	13
2.1.3 Citra Merek	15
2.1.4 Minat Beli	17

2.2	Pengembangan Hipotesis	21
2.2.1	Pengaruh e-WOM Pada Minat Beli.....	21
2.2.2	Pengaruh e-WOM Pada Citra Merek	22
2.2.3	Pengaruh Citra Merek Pada Minat Beli.....	23
2.3	Model Penelitian	24
2.4	Penelitian Sebelumnya	25

BAB III METODA PENELITIAN

3.1	Design Penelitian	27
3.2	Metoda Pengumpulan Data.....	28
3.2.1	Populasi	28
3.2.2	Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	28
3.3	Instrumen Penelitian	30
3.3.1	Definisi Operasional	30
3.3.1.1	Electronic Word of Mouth (e-WOM)	30
3.3.1.2	Citra Merek	32
3.3.1.3	Minat Beli	33
3.4	Metode Analisis Data	34
3.4.1	Statistik Deskriptif	34
3.4.2	Analisis Regresi Linier	34
3.5	Pengujian Alat ukur	35
3.5.1	Uji Validitas	35
3.5.2	Uji Reliabilitas	36
3.6	Uji Hipotesis	37
3.7.1	Uji t	37
3.7.2	Uji F	38

3.8	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil.....	39
-----	--	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Responden.....	44
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian.....	46
4.3	Analisi Deskriptif Variable Penelitian	49
4.4	Uji Hipotesis	52
4.4.1	Uji Hipotesis Pertama	53
4.3.2	Uji Hipotesis Kedua dan Ketiga	55
4.3.3	Uji Hipotesis Secara Parsial untuk Uji Mediasi.....	58
4.5	Pembahasan	61

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	66
5.2	Implikasi Manajerial	67
5.3	Keterbatasan Penelitian	68
5.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	69

DAFTAR PUSTAKA	71
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	74
----------------------	-----------