

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTACT	vii
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.4 Jenis Produk Bukalapak.....	2
1.2. Latar Belakang	3
1.3. Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1. Tinjauan Pustaka	18
2.1.1 Pemasaran.....	18
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.3 Bauran Pemasaran	19
2.1.4 Merek (<i>Brand</i>).....	21
2.1.5 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	22
2.1.6 <i>Word Of Mouth</i>	24
2.1.7 <i>Electronic World Of Mouth</i>	24
2.1.8 Perilaku Komsumen	26

2.1.9.	Keputusan Pembelian	26
2.1.10.	Dimensi Keputusan Pembelian	28
2.2.	Hubungan Antar Variabel	29
2.2.1	Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.2.2	Hubungan <i>Electronuc Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.	Penelitian Terdahulu	30
2.4.	Kerangka Pemikiran	38
2.5.	Hipotesis Penelitian	42
2.6.	Ruang Lingkup Penelitian	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		43
3.1.	Jenis Penelitian	43
3.2.	Variabel Operasional Skala Pengukuran.....	43
3.2.1	Variabel Operasional	43
3.2.2	Skala Pengukuran	50
3.3.	Tahap Penelitian.....	51
3.4.	Populasi dan Sampel	52
3.4.1	Populasi	52
3.4.2	Sampel	52
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel	53
3.5.	Sumber Data	54
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	54
3.7.	Uji Validitas dann Relibilitas	55
3.7.1	Uji Validitas.....	55
3.7.1	Uji Reliabilitas	56
3.8.	Teknik Analisis Data	57
3.8.1	Analisis Deskriptif	57
3.8.2	<i>Method Succesive Internal</i> (MSI).....	58
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	59
3.8.4	Regresi Linear Berganda Analisis Deskriptif	61
3.8.5	Uji Hipotesis	61
3.8.6	Koefisien Determinasi	62

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1. Analisis Karakteristik Responden.....	64
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	66
4.2. Analisis Tanggapan Responden.....	67
4.2.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	67
4.2.2. Tanggapan Responden Terhadap <i>Electronic Of Mouth</i>	72
4.2.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	77
4.3. <i>Method Succesive Interval</i> (MSI)	81
4.4. Uji Asumsi Klasik	82
4.5. Analisis Regresi Linear Berganda	86
4.6. Pengujian Hipotesis.....	87
4.6.1 Uji F.....	87
4.6.2 Uji t.....	88
4.7. Koefisien Determinasi.....	89
4.8. Pembahasan hasil penelitian	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1. Kesimpulan	95
5.2. Saran.....	95
5.2.1 Saran Praktisi	96
5.2.2 Saran Teoritis	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	101

