

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Lokasi Perusahaan.....	2
1.1.3 Visi dan Misi	2
1.1.4 Nilai-Nilai Perusahaan	3
1.1.5 Produk Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	15
BAB II TINJAUAN PERPUSTAKAAN.....	17
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	17
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.2 Perilaku Konsumen	18
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth</i>	21
2.1.4 <i>Brand Image</i>	22
2.1.5 <i>Purchase Intention</i>	24

2.1.6	Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	25
2.1.7	Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Image</i>	25
2.1.8	Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	25
2.1.9	<i>Brand Image</i> dalam Memediasi Hubungan antara <i>Electronic Word of Mouth</i> dan <i>Purchase Intention</i>	26
2.1.10	Kajian Penelitian Terdahulu.....	27
2.2	Kerangka Pemikiran	34
2.3	Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		37
3.1	Jenis Penelitian	37
3.2	Operasional Variabel	38
3.2.1	Skala Pengukuran.....	41
3.3	Tahapan Penelitian	41
3.4	Populasi dan Sampel	43
3.4.1	Populasi.....	43
3.4.2	Sampel.....	44
3.4.3	Teknik Sampling	45
3.5	Pengumpulan Data	45
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	46
3.6.1	Uji Validitas	46
3.6.2	Uji Reliabilitas	47
3.7	Teknik Analisa Data dan Pengujian Hipotesis	48
3.7.1	Analisis Deskriptif	48
3.7.2	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	49
3.7.3	Uji Normalitas	52

3.7.4	Analisis Jalur	53
3.7.5	Uji Hipotesis	54
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1	Karakteristik Responden	57
4.1.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	59
4.1.3	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
4.1.4	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	60
4.1.5	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	61
4.1.6	Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	62
4.2	Hasil Penelitian.....	62
4.2.1	Analisis Deskriptif	62
4.2.2	Analisis Data Structural Equation Model (SEM).....	68
4.2.3	Uji Normalitas	71
4.2.4	Uji Hipotesis	73
4.3	Pembahasan	77
4.3.1	Analisis Deskriptif	77
4.3.2	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	77
4.3.3	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	78
4.3.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	78
4.3.5	Pengaruh <i>Brand Image</i> dalam Memediasi Hubungan antara <i>Electronic Word Of Mouth</i> dan <i>Purchase Intention</i>	79
4.4	Implikasi Manajerial.....	80
BAB V	KESIMPULAN	81
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	81

5.2.1	Saran Praktis	81
5.2.2	Saran Teoritis	83
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN.....		94