

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi	2
1.1.3 Logo Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	15
1.4 Pertanyaan Penelitian	15
1.5 Tujuan Penelitian	16
1.6 Manfaat Penelitian.....	17
1.6.1 Aspek Praktis	17
1.6.2 Aspek Akademis	17
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	17

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
HIPOTESIS PENELITIAN	19
2.1 Teori.....	19
2.1.1 Manajemen Pemasaran	19
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	20
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	21
2.1.4 <i>E-Commerce</i>	22
2.1.5 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	23
2.1.6 Kredibilitas eWOM (<i>Credibility eWOM</i>).....	24
2.1.7 Dimensi eWOM	34
2.1.8 Dampak E-WOM terhadap Perilaku Konsumen.....	35
2.1.9 Perilaku Konsumen	36
2.1.10 Keputusan Pembelian.....	37
2.1.11 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	38
2.1.12 Dimensi Keputusan Pembelian	40
2.2 Penelitian Terdahulu	41
2.3 Kerangka Pemikiran	50
2.4 Hipotesis Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1 Karakteristik Penelitian	55
3.2 Alat Pengumpulan Data.....	56
3.2.1 Jenis Variabel	56
3.2.2 Operasional Variabel.....	57
3.2.3 Skala Pengukuran.....	59

3.3 Tahapan Penelitian	60
3.4 Populasi dan Sampel.....	62
3.4.1 Populasi	62
3.4.2 Sampel.....	62
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	63
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
3.6.1 Uji Validitas	63
3.6.2 Uji Reliabilitas	65
3.7 Teknik Analisis Data	66
3.7.1 Analisis Deskriptif	66
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	68
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
3.7.4 Koefisien Determinasi.....	70
3.7.5 Hipotesis Statistik.....	71
3.7.6 Uji Hipotesis.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Karakteristik Responden.....	75
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	75
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Umur Responden.....	76
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	77
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Responden.....	78
4.2 Hasil Penelitian.....	78
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	78
4.2.2 Analisis Deskripsi Objek Penelitian.....	81
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	89

4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	93
4.2.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	95
4.3 Uji Hipotesis Statistik.....	96
4.3.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	96
4.3.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	98
4.4 Pembahasan	99
4.4.1 Pengaruh Electronic Word of Mouth Argument Strength Terhadap Keputusan Pembelian.....	100
4.4.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth Recommendation</i> <i>Consistency</i> Terhadap Keputusan Pembelian	100
4.4.3 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	101
4.4.4 Pengaruh Simultan <i>Electronic Word of Mouth Argument Strength</i> , <i>Recommendation Consistency</i> , dan <i>Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	102
BAB V PENUTUPAN.....	103
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN-LAMPIRAN	109