

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Erigo.....	1
1.1.2 Produk Erigo	3
1.1.3 Informasi Perusahaan	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	7
1.3 Rumusan Masalah	21
1.4 Tujuan Penelitian.....	21
1.5 Kegunaan Penelitian.....	22
1.5.1 Aspek Teoritis	22
1.5.2 Aspek Praktis	22
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	22
1.7 Sistematika Penulisan.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Tinjauan Pustaka	24
2.1.1 Pemasaran	24
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	25
2.3.1 <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	25
2.4.1 <i>Brand</i> (Merek).....	27
2.5.1 <i>Brand trust</i>	28
2.6.1 Perilaku Konsumen	29
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	30

2.7.1	Rangkuman Teori XYZ.....	33
2.8.1	Penelitian Terdahulu	38
2.2	Kerangka Pemikiran	52
2.3	Hipotesis Penelitian	56
2.4	Ruang Lingkup Penelitian	56
BAB III METODE PENELITIAN		57
3.1	Jenis Penelitian	57
3.2	Variabel Operasional	57
3.3	Tahapan Penelitian	62
3.4	Populasi dan Sampel	62
3.4.1.	Populasi.....	62
3.4.2.	Sampel.....	62
3.5	Teknik Pengumpulan Data	64
3.5.1.	Data Primer	64
3.5.2.	Data Sekunder	64
3.5.3.	Skala Pengukuran.....	64
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	65
3.6.1.	Uji Validitas	65
3.6.2.	Uji Reliabilitas	69
3.7	Teknik Analisis Data	70
3.7.1.	Analisis Statistik Deskriptif	70
3.7.2.	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	72
3.7.3.	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	72
3.7.4.	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	73
3.7.5.	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	74
3.7.6.	Pengujian Hipotesis.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		77
4.1	Pengumpulan Data	77
4.2	Karakteristik Responden	77
4.3	Hasil Penelitian.....	79
4.2.1	Analisis Deskriptif	79
4.2.2	Analisis <i>Structural equation modeling (SEM)</i> - <i>Partial Least Square (PLS)</i> 90	
4.2.3	Analisis Pengujian Hipotesis	98
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	101

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran	108
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	108
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	116