

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Perusahaan	1
1.1.1. Profile Perusahaan	1
1.1.2. Logo Perusahaan	1
1.2. Latar Belakang	2
1.3. Rumusan Permasalahan	8
1.4. Pertanyaan Penelitian	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.6.1. Aspek Teoritis	10
1.6.2. Aspek Praktisi.....	10
1.7. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Teori dan Penelitian Terdahulu	13
2.1.1. Pemasaran.....	13
2.1.2. Ulasan Produk	13
2.1.3. Keputusan Pembelian	17
2.1.4. <i>Hipotesis Building</i>	20
2.1.5. Penelitian Terdahulu	22
2.2. Kerangka Pemikiran.....	28
2.3. Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Jenis Penelitian	33
3.2. Operasionalisasi Variabel.....	35
3.3. Tahapan Penelitian.....	36
3.4. Populasi dan Sampel	39
3.4.1. Populasi	39
3.4.2. Sampel	39
3.5. Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	40
3.5.1. Sumber Data	40
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data	41
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.6.1. Uji Validitas	42
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	43
3.7. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	43
3.7.1. Teknik Analisis Data	43
3.7.2. Permodelan Persamaan Pengukuran dan Persamaan Struktural.....	45
3.7.3. Uji Kecocokan Model.....	47
3.7.4. Uji Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Karakteristik Responden	48
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	49
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Pendidikan	50
4.2. Hasil Analisis Data	51
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	51
4.2.2. Uji Kecocokan Model (<i>Goodness Of Fit</i>)	57
4.2.3. Uji Hipotesis.....	57
4.3. Pembahasan Penelitian.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1. Kesimpulan	66

5.2.	Saran	67
5.2.1.	Saran Praktisi.....	67
5.2.2.	Saran Teoritis	67
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN		76