

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	18
1.4.2 Manfaat Praktis	18
1.4.2.1 Bagi Pihak Akademis.....	18
1.4.2.2 Bagi Pihak Lain.....	18
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	19
2.1 Deskripsi Konseptual	19
2.1.1 Minat Beli	19
2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	23
2.1.3 Sikap Konsumen	28
2.2 <i>Review</i> Penelitian yang Relevan	36
2.3 Kerangka Teoritik	51
2.4 Perumusan Hipotesis Penelitian.....	56

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	57
1.1 Tempat dan Waktu Penelitian	57
1.2 Metode Penelitian.....	58
1.3 Populasi dan Sampel	60
1.3.1 Populasi.....	60
1.3.2 Sampel.....	60
1.4 Teknik Pengumpulan Data dan Variabel Operasional	61
1.4.1 Prosedur Pengumpulan Data.....	61
1.4.2 Variabel Penelitian dan Pengukurannya	62
1.5 Skala Pengukuran.....	66
1.6 Metode Analisis Data.....	67
1.6.1 Analisis deskriptif	68
1.6.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	68
1.6.2.1 Uji Validitas	68
1.6.2.2 Uji Reliabilitas	70
1.6.3 Uji Kesesuaian Model.....	71
1.7 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	74
1.8 Pengujian Hipotesis.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	76
4.1 Deskripsi Unit Analisis	76
4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan.....	80
4.2.1 Analisis Deskriptif	80
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	87
4.2.3 Uji Kesesuaian Model.....	105
4.3 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	107
4.3.1 Pengaruh Langsung.....	107
4.3.2 Pengaruh Tidak Langsung.....	109
4.4 Pengujian Hipotesis.....	110
4.5 Pembahasan.....	112
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	114

1.1 Kesimpulan	114
1.2 Implikasi.....	115
1.3 Saran	117

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN