

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 <i>Word Of Mouth Marketing</i>	12
2.2 Pembuatan Keputusan Pembelian	13
2.3 Kepercayaan Konsumen.....	15
2.4 Ekuitas Merek.....	19
2.5 Kualitas Produk	26
2.6 Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Variabel Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.4 Metode Pengumpulan Data	35

3.5 Uji Kelayakan Kuesioner	36
3.5.1 Uji Semantik	36
3.5.1.1 Uji Indikator Variabel	36
3.5.1.2 Uji Indikator Hipotesis	41
3.5.2 Uji Statistik	47
3.5.2.1 Uji Validitas	47
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	49
3.6 Teknik Analisis.....	51
3.6.1 Analisis SEM	51
3.6.2 Asumsi SEM	52
3.6.3 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	53
3.6.4 Analisis Full Model SEM	57
3.6.5 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit	59
3.6.6 Uji Efek Mediasi	62
3.6.7 Uji Hipotesis	62
3.6.4.1 Pendekatan Critical Ratio.....	64
3.6.4.2 Pendekatan Probability Value	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	65
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian.....	66
4.2 Evaluasi Asumsi SEM.....	68
4.2.1 Uji Normalitas.....	68
4.2.2 Uji Outliers	69
4.2.3 Uji Multikolinearitas.....	70
4.2.4 Uji Indeks Hoetler.....	71
4.3 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	72
4.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Eksogen.....	72
4.3.2 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Endogen	74
4.4 Analisis Full Model	76
4.5 Uji Reliabilitas dan Validitas Konstruk.....	80
4.5.1 Uji Reliabilitas Konstruk	80

4.5.2 Uji Validitas Konstruk	82
4.6 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	83
4.7 Uji Efek Mediasi	84
4.8 Uji Hipotesis	86
BAB V PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan Masalah Penelitian	93
5.2 Implikasi Teoritis	95
5.3 Implikasi Manajerial	100
5.4 Keterbatasan Penelitian	102
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	109