

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Telaah Pustaka	13
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA)	13
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.3 Kualitas Produk	16
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i>.....	17
2.1.5 Harga.....	18
2.1.6 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Hubungan antar Variabel	21
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	21
2.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	21

2.2.3	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	23
2.4	Hipotesis.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		24
3.1	Jenis dan Sumber Data.....	24
3.1.1	Data Primer	24
3.1.2	Data Sekunder	24
3.2	Populasi dan Sampel.....	24
3.2.1	Populasi.....	24
3.2.2	Sampel.....	25
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	25
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5	Teknik Analisis.....	27
3.5.1	Uji Validitas.....	27
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	28
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	28
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	29
3.5.5	Uji <i>Goodness of Fit</i>	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Hasil Pengambilan Data	31
4.2	Analisis Deskriptif.....	32
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	34
4.4	Uji Asumsi Klasik	36
4.4.1	Uji Normalitas	37
4.4.2	Uji Multikolinearitas	38
4.4.3	Pengujian Heteroskedastisitas	39
4.5	Hasil Analisis Regresi	40

4.5.1	Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian	42
4.5.2	Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	43
4.5.3	Uji Hipotesis Pengaruh Variabel <i>e-Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	44
4.6	Uji F-Model.....	45
4.7	Pembahasan Hasil.....	46
4.7.1	Pengaruh Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	46
4.7.2	Pengaruh Variabel Kualitas terhadap Keputusan Pembelian ..	48
4.7.3	Pengaruh Variabel <i>e-Word of Mouth</i> terhadap Kualitas Pembelian	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		53
5.1	Kesimpulan.....	53
5.2	Saran	54
5.2.1	Implikasi Manajerial	54
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya	54
DAFTAR PUSTAKA		55
LAMPIRAN.....		58