

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2 Kontribusi Penelitian .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS</b> .....	12
2.1 Perilaku Konsumen .....	12
2.1.1 Model Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan.....	16
2.2 Keputusan Pembelian .....	17
2.2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	19
2.2.2 Tingkatan dalam Keputusan Pembelian .....	20
2.2.3 Dimensi Keputusan Pembelian .....	21
2.3 <i>Store Atmosphere</i> .....	23
2.3.1 Cakupan <i>Store Atmosphere</i> .....	24
2.3.2 Dimensi <i>Store Atmosphere</i> .....	26
2.4 <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i> .....	29
2.4.1 Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	31
2.5 <i>Celebrity Endorser</i> .....	32
2.5.1 Fungsi <i>Celebrity Endorser</i> .....	34
2.5.2 Dimensi <i>Celebrity Endorser</i> .....	34
2.6 Hubungan Antar Variabel .....	37
2.6.1 Hubungan <i>store atmosphere</i> dengan keputusan pembelian.....	37
2.6.2 <i>Electronic word of mouth</i> dengan keputusan pembelian .....	38
2.6.3 Hubungan <i>celebrity endorser</i> dengan keputusan pembelian .....	39
2.7 Penelitian Terdahulu .....	40
2.8 Kerangka Konseptual .....	42
2.9 Hipotesis.....	43

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	44
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	44
3.2 Desain Penelitian.....	44
3.3 Definisi dan Operasional Variabel .....	45
3.3.1 Definisi Variabel.....	45
3.3.2 Definisi Operasional Variabel .....	45
3.4 Skala Pengukuran .....	47
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian .....	48
3.5.1 Populasi.....	48
3.5.2 Sampel .....	48
3.6 Jenis dan Data Penelitian.....	49
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.8 Metode Analisis Data .....	51
3.8.1 Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	51
3.8.2 Langkah-langkah pengujian analisis PLS.....	51
 <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	54
4.2 Karakteristik Responden .....	55
4.3 Statistik Deskriptif.....	57
4.4 Hasil Analisis Data: <i>Partial Least Square</i> .....	60
4.4.1 Model <i>Measurement (Outer Model)</i> .....	60
1. <i>Convergent Validity</i> .....	60
2. <i>Discriminant Validity</i> .....	62
3. Uji Reliabilitas .....	64
4.4.2 Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	64
1. <i>Goodness of Fit Model</i> .....	65
a. Nilai <i>R Square</i> atau <i>Adjusted R Square</i> .....	65
b. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	66
4.4.3 Pembahasan .....	68
1. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian ...	68
2. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	69
3. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian .	69
 <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	74
<b>LAMPIRAN</b> .....	77