

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	11
1. Perilaku Konsumen.....	11
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	11

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
2. Keputusan Pembelian	13
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
c. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	19
d. Dimensi dan Indikator.....	23
3. <i>Brand Awareness</i>	24
a. Pengertian <i>Brand Awareness</i>	24
b. Indikator <i>Brand Awareness</i>	27
4. <i>Brand Image</i>	27
a. Pengertian <i>Brand Image</i>	28
b. Faktor-Faktor Pembentukan <i>Brand Image</i>	29
c. Pengukuran <i>Brand Image</i>	30
d. Dimensi <i>Brand Image</i>	32
5. <i>Electronic Word of Mouth</i>	32
a. Definisi <i>Word Of Mouth</i>	32
b. Definisi <i>Electronic Word Of Mouth</i>	33
c. Dimensi <i>Electronic Word Of Mouth</i>	34
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Keterkaitan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	40
D. Rerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	42

1. Rerangka Konseptual Penelitian.....	42
2. Hipotesis Penelitian	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	44
B. Desain Penelitian	44
C. Definisi Operasional Variabel	45
1. Definisi Variabel.....	45
2. Operasionalisasi Variabel	47
D. Pengukuran Variabel	49
E. Populasidan Sample	50
F. Teknik Pengumpulan Data	52
G. Metode Analisis Data	52
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model	54
a. <i>Convergent Validity</i>	54
b. <i>Discriminant Validity</i>	55
c. <i>Composite Validity</i>	55
2. Pengujian Model Strukturalatau Uji Hipotesis (Inner Model)	55
a. Nilai R-square	56
b. <i>Goodness of Fit Model</i>	56
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	56

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
1. Tempat dan Waktu Penelitian	57
2. Sejarah Singkat Perusahaan.....	57
3. Visi dan Misi Perusahaan	58
B. Analisis Deskriptif.....	58
a) Karakteristik Responden	58
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	61
b) Deskriptif Jawaban Responden	62
1. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel <i>Brand Awareness</i>	62
2. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i>	63
3. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel eWOM.....	64
4. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	65
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	66
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model	66

2. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	71
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
1. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian	74
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	75
3. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	85

