

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Kontribusi Penelitian.....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Perilaku Konsumen .....	15
2. Keputusan Pembelian.....	20
3. Store Atmosphere.....	27
4. Electronic Word of Mouth (eWOM) .....	33
5. Brand Image.....	36
B. Penelitian Terdahulu .....	40
C. Hubungan Antar Variable .....	42
D. Kerangka Konseptual .....	44
E. Hipotesis.....	45

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	46
B.	Desain Penelitian.....	46
C.	Definisi dan Operasional Variabel .....	47
1.	Definisi Variabel .....	47
2.	Definisi variable Operasional.....	47
D.	Skala Pengukuran Variabel .....	49
E.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	50
F.	Jenis dan Data Penelitian .....	52
G.	Teknik Pengumpulan Data.....	52
H.	Metode Analisis Data .....	53

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A.	Gambaran Umum Lokasi dan Objek Penelitian .....	58
B.	Analisa Data .....	58
1.	Hasil Analisis Structural Equation Modelling .....	61
2.	Evaluasi Measurement/Model Pengukuran (Outer Model) .....	61
3.	Evaluasi Model Struktural (Inner Model) .....	66
C.	Pembahasan .....	70

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A.	Kesimpulan .....	74
B.	Saran .....	74

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>79</b>
-----------------------	-----------