

DAFTAR ISI

LEMBAR PESETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
ABSTRAK	iv
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Dan Perumusan Masalah	12
1. Identifikasi Masalah.....	12
2. Perumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Kajian Penelitian Terdahulu	16
B. Konsep dan teori.....	26
1. Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>)	26
2. Manajemen.....	27
3. Manajemen Pemasaran	32
4. Kualitas Produk.....	35
5. Keputusan Pembelian.....	37
6. Electronic Word Of Mouth	43
C. Kerangka Berfikir	47
D. Hipotesis	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
A. Metode dan Pendekatan.....	54
B. Jenis dan sumber data.....	55

1. Jenis Data	55
2. Sumber Data.....	56
C. Populasi dan Sampel	57
1. Populasi.....	57
2. Sampel.....	58
D. Operasional Variabel	59
1. Variabel Bebas (Independent Variable).....	60
2. Variabel Terikat (Dependent Variable)	60
3. Variabel Mediasi.....	60
E. Teknik Pengumpulan Data	65
1. Studi Kepustakaan	65
2. Angket (Questioner).....	65
F. Teknik Analisis Data	67
1. Analisis Statistik Deskriptif	67
2. Uji Instrumen Penelitian	68
3. Uji Hipotesis	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	73
1. Sejarah Singkat Perusahaan	73
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	75
3. Logo Perusahaan	75
4. Struktur Organisasi	76
5. Deskripsi Jabatan	76
B. Gambaran Responden.....	78
1. Profil Responden.....	78
C. Deskripsi Hasil Penelitian	82
1. Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk	84
2. Tanggapan Responden terhadap Electronic Word Of Mouth.....	86
3. Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian	88
D. Hasil Uji Instrumen Penelitian	90
1. Uji Validitas	90

2. Uji Reliabilitas	93
E. Analisis Deskriptif	94
F. Uji Hipotesis	95
1. Uji Casual Step	95
2. Metode Product of Coefficient (Uji Sobel).....	102
G. Pembahasan Hasil Penelitian	105
1. Pengaruh Kualits Produk (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	105
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap E-WOM	107
3. Pengaruh E-WOM (Z) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	109
4. Electronic Word Of Mouth (Z) Memediasi Pengaruh Kualitas Produk (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	110
BAB V PENUTUP	108
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	118

