

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
ABSTRAK	iv
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Manajemen.....	17
1. Pengertian Manajemen	17
2. Fungsi Manajemen	17
C. Pemasaran dan Pengertian Manajemen pemasaran.....	19
1. Pengertian Pemasaran.....	19
2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	20
3. Fungsi Manajemen Pemasaran	20
D. Kualitas Produk.....	21
1. Pengertian Kualitas Produk	21
2. Dimensi Kualitas Produk.....	23
E. Electronic Word of Mouth (E-WOM)	24
1. Pengertian <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM)	24
2. Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM).....	26

F. Minat Beli	27
1. Pengertian Minat Beli.....	27
2. Indikator Minat Beli Konsumen	28
3. Dimensi Minat Beli	29
G. Kerangka Pemikiran	30
1. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli	30
2. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) terhadap Minat Beli	30
3. Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM)) terhadap Minat Beli	31
H. Hipotesis Penelitian	32
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN.....	34
A. Metode Penelitian	34
B. Populasi dan Sampel	35
1. Populasi	35
2. Sampel	35
C. Sumber dan Jenis Data Penelitian	38
1. Data Primer.....	38
2. Data Sekunder	38
D. Operasionalisasi Variabel	38
E. Teknik Pengumpulan Data	44
1. Observasi	44
2. Wawancara	44
3. Kuesioner.....	44
4. Studi Kepustakaan	45
A. Teknik Analisis Data	45
1. Analisis Deskriptif.....	45
2. Uji validitas	45
3. Uji Reliabilitas.....	47
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	48
5. Koefisien Determinasi Regresi (R ²)	48
4. Uji Hipotesis	499

H. Jadwal dan Lokasi Penelitian.....	52
1. Jadwal Penelitian	52
2. Lokasi Penelitian	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	54
B. Analisis Deskriptif	56
1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	57
2. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	61
C. Hasil Analisis Data.....	68
1. Uji Validitas.....	68
2. Uji Reliabilitas.....	69
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	71
4. Uji Hipotesis	73
5. Koefisien Determinasi	76
D. Pembahasan	77
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk MS Glow	77
2. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Minat Beli Konsumen Produk MS Glow.....	79
3. Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Minat Beli Konsumen Produk MS Glow	82
BAB V PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	91