DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERSETUJUAN SKRIPSI ii

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN iii

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI iv

MOTTO DAN PERSEMBAHAN v

ABSTRACT vi

ABSTRAK vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI xi

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR TABEL xvi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 17

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 18

1.4 Manfaat Penelitian 18

1.5 Sistematika Penulisan 19

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 21

2.1 Landasan Teori 21

2.1.1 Perilaku Konsumen 21
2.1.2 Minat Beli 24
2.1.3 Citra Merek 26
2.1.4 Kualitas Produk 28
2.1.5 Electronic Word Of Mouth 30
2.2 Pengaruh Antar Variabel 33
2.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli 33
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhdap Minat Beli 34
2.2.3 Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat beli 35
2.3 Penelitian terdahulu 37
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis 39
2.5 Hipotesis 39
BAB III METODE PENELITIAN 40
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel 40
3.1.1 Variabel Penelitian 40
3.2 Populasi dan Sampel 42
3.2.1 Populasi 42
3.2.2 Sampel 42
3.3 Jenis dan Sumber Data 44
3.3.1 Data Primer 44

3.3.2 Data Sekunder 45
3.4 Metode Pengumpulan Data 45
3.4.1 Studi Pustaka 45
3.4.2 Kuisioner 45
3.5 Metode Analisis Data 47
3.5.1 Uji Validitas 47
3.5.2 Uji Reliabilitas 47
3.5.3 Uji Asumsi Klasik 48
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda 50
3.5.5 Uji *Goodness of fit* Suatu Model 51
BAB IV HASIL DAN ANALISIS 54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian 54
4.1.2 Identitas Responden 55
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian 58
4.2 Analisis Data 65
4.2.1 Analisis Validitas 65
4.2.2 Aalisis Reliabilitas 67
4.2.3 Uji Asumsi Klasik 68
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda 73
4.2.4 Uji Goodness of fit 74

4.3 Interpretasi Hasil 77

BAB V PENUTUP 81

5.1 Kesimpulan 81

5.2 Implikasi Manajerial 82

5.3 Keterbatasan Penelitian 84

5.4 Saran Untuk Penelitian yang Akan Datang 85

DAFTAR PUSTAKA 86

LAMPIRAN A : LEMBAR KUISIONER 93

LAMPIRAN B : TABULASI DATA 103

LAMPIRAN C: HASIL PENGUJIAN 107

UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG FEB UNDIP