

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Cakupan Masalah .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Tujuan dan Manfaat dari Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>1.4.1 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>1.4.2 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>10</b>
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 <i>Theory Of Planned Behavior</i> (TPB) .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2 Keputusan Pembelian.....</b>	<b>13</b>
<b>2.3 <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) .....</b>	<b>15</b>
<b>2.4 Citra Merek .....</b>	<b>17</b>
<b>2.5 Pengetahuan Produk .....</b>	<b>18</b>
<b>2.6 Pengembangan Hipotesis.....</b>	<b>19</b>
<b>2.6.1 Pengaruh dari <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) terhadap</b>	
<b><i>Purchase Decision</i> .....</b>	<b>19</b>
<b>2.6.2 Pengaruh Citra merek terhadap Keputusan pembelian.....</b>	<b>20</b>

2.6.3	Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap Keputusan Pembelian	21
2.7	Model Penelitian.....	22
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1	Metode Penelitian.....	23
3.2	Populasi dan Sampel.....	23
3.3	Definisi Operasional dari Variabel.....	24
3.4	Sumber dan Jenis Data.....	25
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.6	Pengujian Instrumen Penelitian .....	26
3.6.1	Uji Reliabilitas.....	26
3.6.2	Uji Validitas.....	29
3.7	Metode Analisis Data .....	30
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	30
3.7.2	Uji Asumsi Klasik .....	31
3.7.3	Uji Hipotesis .....	34
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	35
4.1.1	Gambaran Umum Grab .....	35
4.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden .....	36
4.1.3	Analisis Deskriptif Presentase Variabel Penelitian .....	37
4.2	Uji Asumsi Klasik .....	40
4.2.1	Uji Normalitas .....	40
4.2.2	Uji Multikolinearitas .....	42
4.2.3	Uji Heterokedastisitas.....	43
4.3	Uji Hipotesis .....	44
4.3.1	Koefisien Determinasi (Uji R Square) .....	44
4.3.2	Uji F.....	45
4.3.3	Analisis Regresi (Uji t).....	47
4.4	Pembahasan.....	48

4.4.1	Pengaruh <i>e-Wom</i> terhadap Keputusan pembelian .....	49
4.4.2	Pengaruh Citra merek terhadap Keputusan pembelian.....	51
4.4.3	Pengaruh <i>Product Knowledge</i> terhadap Keputusan pembelian	53
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		<b>55</b>
5.1	Simpulan .....	55
5.2	Implikasi Manajerial .....	57
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	60
5.4	Agenda Penelitian Mendatang.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>62</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>70</b>

