

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.2 Variabel Yang Digunakan	12
2.3 Hubungan Antar Variabel	22
2.4 Penelitian Terdahulu.....	27
2.5 Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	34
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel	36
3.3 Jenis Sumber Data.....	38
3.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas	40
3.6 Metode Analisis Data	40
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum.....	45
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	46
4.1.3 Responden Berdasarkan Usia	46
4.1.4 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
4.1.6 Responden Berdasarkan Pengeluaran	48

4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	49
4.2.1 Analisis Deskripsi Variabel EWOM	50
4.2.2 Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Layanan.....	50
4.2.3 Analisis Deskripsi Variabel Kesadaran Merek	51
4.2.4 Analisis Deskripsi Variabel Pembelian ulang.....	52
4.3 Analisis SEM.....	52
4.3.1 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	53
4.3.2 Uji Struktural.....	74
4.4 Uji Outlier.....	83
4.5 Uji Multicollinearity dan Singularity	84
4.6 Uji Validitas Konvergen	86
4.7 Uji Reliabilitas	88
4.8 Uji Nilai Residual	90
4.9 Pengujian Hipotesis.....	92
4.10 Analisis Direct Effects, Indirect Effects dan Total Effect.....	94
4.11 Pembahasan	94
4.11.1 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	98
4.11.2 Pengaruh EWOM terhadap Kesadaran Merek.....	99
4.11.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kesadaran Merek.....	100
4.11.4 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Pembelian Ulang	101
4.11.5 Pengaruh EWOM terhadap Pembelian Ulang	102
4.11.6 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Pembelian Ulang.....	104
BAB V PENUTUP.....	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Implikasi Teoritis	109
5.3 Implikasi Manajerial	110
5.4 Keterbatasan Penelitian	111
5.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN	120