

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian .....	15
1.5 Sistematika Penulisan .....	16
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	18
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	19
2.1.3 Minat Beli.....	20

2.1.4 Kualitas Produk .....	21
2.1.5 Electronic Word of Mouth.....	23
2.1.6 Influencer.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu .....	25
2.3 Hubungan antar Variabel .....	31
2.3.1 Kualitas Produk dan Minat Beli .....	31
2.3.2 E-WOM dan Minat Beli .....	32
2.3.3 Influencer dan Minat Beli.....	34
2.3.4 Minat Beli dan Keputusan Pembelian.....	35
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	38
3.1.1 Variabel Penelitian .....	38
3.1.2 Definisi Operasional Penelitian.....	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	43
3.2.1 Populasi .....	43
3.2.2 Sampel .....	43
3.2.3 Penentuan Jumlah Sampel.....	44
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 Metode Kuesioner .....	45
3.4.2 Metode Analisis.....	46
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>

4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	52
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	53
4.2 Hasil Uji Asumsi Structural Equation Model (SEM) .....	57
4.2.1 Hasil Kualitas Instrumen dan Data.....	57
4.2.2 Evaluasi Outliers .....	62
4.2.3 Hasil Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	66
4.3 Analisis Full SEM.....	82
4.3.1 Hasil Uji Kriteria Goodness of Fit Model.....	82
4.3.2 Uji Multicollinearity dan Singularity .....	84
4.3.3 Uji Nilai Residual .....	85
4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	86
4.5 Hasil Analisis Direct Effects, Indirect Effects, dan Total Effects .....	88
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>90</b>
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Implikasi Teoritis .....	92
5.3 Implikasi Manajerial .....	95
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	98
5.5 Saran Untuk Penelitian Mendatang .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>109</b>