

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN MENGENAI ORIGINALITAS.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	10
1.3.Tujuan Penelitian.....	10
1.4.Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teori	12
2.1.1 Minat Beli.....	12
2.1.2. Persepsi Harga.....	14
2.1.3. <i>Peer Influence</i>	17
2.1.4. <i>E-WOM</i>	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.3. Kerangka Berpikir.....	28
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	32
3.2. Objek Penelitian.....	32
3.2. Populasi Dan Sampel.....	33
3.2.1. Populasi.....	33

3.2.2. Sampel.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4 Definisi Operasional.....	36
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.5.1. Uji Deskriptif.....	39
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
3.6.1. Uji Validitas.....	40
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	40
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.7.1. Uji Normalitas.....	41
3.7.2. Uji Heterokedastisitas.....	41
3.7.3. Uji Multikolinearitas.....	42
3.8 Analisis Linier Berganda.....	42
3.9 Uji Koefisien Determinan.....	43
3.10 Uji Hipotesis.....	43
3.10.1. Uji F.....	43
3.10.2. Uji T.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Karakteristik Responden.....	45
4.2. Uji Analisis Statistik Deskriptif.....	52
4.2.1. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif Persepsi Harga.....	52
4.2.2. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif <i>Peer Influence</i>	53
4.2.3. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif <i>E-WOM</i>	54
4.2.4. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif Minat Beli.....	55
4.3. Uji Validitas	
4.3.1. Hasil Uji Validitas Persepsi Harga.....	56
4.3.2. Hasil Uji Validitas <i>Peer Influence</i>	56
4.3.3. Hasil Uji Validitas <i>E-WOM</i>	57
4.3.4. Hasil Uji Validitas Minat Beli.....	57
4.4. Uji Reliabilitas.....	58
4.5. Uji Asumsi Klasik	

4.5.1. Uji Normalitas.....	58
4.5.2. Uji Multikolinearitas.....	59
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.7. Koefisien Determinan.....	62
4.8. Uji Hipotesis	
4.8.1. Uji F.....	63
4.8.2. Uji T.....	63
4.9 Pembahasan	
4.9.1. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli.....	64
4.9.2. Pengaruh <i>Peer Influence</i> terhadap Minat Beli.....	66
4.9.3 Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap Minat Beli.....	67
4.9.4. Implikasi Teoritis.....	69
4.9.5. Implikasi Metodologi.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	72
5.2. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	80