

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
MENGENAI ORIGINALITAS SKRIPSI, KESEDIAAN PUBLIKASI DAN.....	iii
PELIMPAHAN HAK CIPTA.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT.....	vi
RINGKASAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2. <i>Word of Mouth</i> .....	12
2.1.3. Variasi Produk.....	16
2.1.4. Pengertian Minat Beli.....	18
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	19
2.2. Penelitian Terdahulu.....	21

2.3.	Kerangka Berpikir .....	23
2.4.	Hipotesis .....	24
2.4.1.	Pengaruh <i>Electronic word of mouth</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) (H1).....	24
2.4.2.	Pengaruh Variasi Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) (H2) .....	25
2.4.3.	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1) Terhadap Minat Beli (Z) (H3) .....	25
2.4.4.	Pengaruh Variasi Produk (X2) Terhadap Minat Beli (Z) (H4) .....	26
2.4.5.	Pengaruh Minat Beli (Z) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) (H5) .....	26
2.4.6.	Pengaruh <i>Electronic word of mouth</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Melalui Minat Beli (Z) (H6).....	27
2.4.7.	Pengaruh Variasi Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Melalui Minat Beli (Z) (H7).....	27
BAB III	METODE PENELITIAN.....	28
3.1.	Jenis Penelitian .....	28
3.2.	Objek Penelitian .....	28
3.2.1.	Objek .....	28
3.2.2.	Lokasi Penelitian .....	29
3.3.	Populasi dan Sampel .....	29
3.2.3.	Populasi .....	29
3.2.4.	Sampel.....	29
3.4.	Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.2.5.	Data dan Sumber Data.....	30
3.5.	Definisi Operasional.....	32
3.5.1.	Operasionalisasi Variabel.....	32
3.6.	Teknik Analisis Data .....	36
3.6.1.	Analisis Deskriptif.....	36
3.7.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	37
3.7.1.	Uji Validitas .....	37

3.7.2.	Uji Reliabilitas.....	37
3.8.	Uji Asumsi Klasik .....	38
3.8.1.	Uji Normalitas .....	38
3.8.2.	Uji Multikolinieritas .....	38
3.8.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	39
3.9.	Pengujian Hipotesis.....	39
3.8.4.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.8.5.	Uji t (Parsial) .....	40
3.8.6.	Uji F (Simultan).....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		42
4.1.	Analisis Statistik Deskriptif Data Responden .....	42
4.1.1.	Profil Usia Responden.....	42
4.1.2.	Profil Jenis Kelamin Responden .....	43
4.2.	Analisis Statistik Deskriptif Data Penelitian .....	44
4.2.1.	Analisis Penelitian Data Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1).....	44
4.2.2.	Analisis Penelitian Data Variabel Variasi Produk (X2).....	48
4.2.3.	Analisis Penelitian Data Variabel Minat Beli (Z) .....	52
4.2.4.	Analisis Penelitian Data Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
4.3.	Hasil Analisis Instrumen .....	62
4.3.1.	Uji Validitas .....	62
4.3.2.	Hasil Uji Realibilitas .....	65
4.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
4.4.1.	Hasil Uji Normalitas.....	66
4.4.2.	Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
4.4.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.5.	Uji Hipotesis.....	70
4.5.1.	Persamaan Struktural.....	70

4.5.2. Uji T .....	72
4.5.3. Uji F.....	82
4.5.4. Interpretasi Hasil Analisis Data.....	83
4.6. Pembahasan .....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1. Kesimpulan.....	89
5.2. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	97

