

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.2 Keputusan Pembelian	12
2.1.3 Brand Ambassador.....	15
2.1.4 Electronic Word of Mouth (E-WOM)	16
2.2. Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Berpikir	25
2.4 Hipotesis Penelitian Tentang Hubungan Antar Variabel	26
2.4.1 Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.4.2 Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	26
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN	28

3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Objek Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Definisi Operasional.....	31
3.5.1 Definisi Operasional <i>Brand Ambassador</i>	32
3.5.2 Definisi Operasional <i>Electronic Word of Mouth</i>	33
3.5.2 Definisi Operasional Keputusan Pembelian	35
3.6 Teknik Analisis Data	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 Analisis Regresi Berganda	39
3.10 Uji Hipotesis.....	40
3.10.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3.10.2 Uji F (Anova).....	40
3.10.3 Uji T (Parsial)	40
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Hasil Analisis Data.....	42

4.1.1	Karakteristik Responden	42
4.1.2	Statistik Deskriptif	46
4.1.3	Hasil Uji Validasi	49
4.1.4	Hasil Uji Reliabilitas	51
4.1.5	Uji Asumsi Klasik	52
4.1.6	Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.1.7	Hasil Uji Hipotesis	55
4.2	Pembahasan	58
4.2.1	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	58
4.2.2	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	59
BAB V	62
PENUTUP	62
5.1.	Kesimpulan	62
5.2.	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	71