

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 Electronic Word of Mouth.....	8
2.1.2 Citra merek.....	9
2.1.3 Minat Pembelian	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Kerangka Berpikir.....	24
2.4 Hipotesis	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis penelitian.....	29
3.2 Objek penelitian.....	29
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Definisi Operasional	31
3.6 Teknik Analisis Data	37
3.7 Uji Measurement Model (Outer model).....	37
3.7.1 Uji Validitas.....	37

3.7.2	Uji Reliabilitas.....	38
3.8	Uji Structural Model (Inner Model).....	38
3.9	Pengujian Hipotesis.....	38
BAB 4	40
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	40
4.2	Karakteristik Responden.....	40
4.3	Statistik Deskriptif.....	45
4.4	Uji Measurement Model (Outer Model).....	48
4.4.1	Uji Validitas.....	48
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	50
4.5	Uji <i>Structural Model</i> (Inner Model).....	52
4.5.1	Uji <i>R-Square</i>	52
4.5.2	Uji <i>Q-Square</i>	53
4.6	Uji Hipotesis.....	53
4.7	Pembahasan.....	56
4.8	Implikasi.....	60
4.8.1	Implikasi Teoritis.....	60
4.8.2	Implikasi Praktis.....	60
BAB 5	62
PENUTUP	62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran.....	62