

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	3
1.1.3 Logo Perusahaan	3
1.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis	10
1.5.2 Kegunaan Praktis	10
1.6 Sistematika Penulisan	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Perilaku Konsumen	12
2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
2.1.3 <i>Word of Mouth</i>	15
2.1.4 Minat Beli	19
2.1.5 Hubungan <i>Word of Mouth</i> dengan Minat Beli.....	23
2.2. Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	41
2.4 Hipotesis Penelitian.....	44
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Variabel Penelitian, Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	47
3.2.1 Variabel Penelitian.....	47
3.2.2 Variabel Operasional.....	49
3.2.3 Skala Pengukuran.....	51
3.3 Tahapan Penelitian	52
3.4 Populasi dan Sampel	54
3.4.1 Populasi.....	54
3.4.2 Sampel.....	54
3.4.3 Teknik Sampling	55
3.5 Pengumpulan Data	56
3.5.1 Jenis Data	56
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	56

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	57
3.6.1 Uji Validitas	57
3.6.2 Uji Reliabilitas	60
3.7 Teknik Analisis Data.....	62
3.7.1 Analisis Deskriptif	62
3.7.2 Method of Successive Interval (MSI)	64
3.7.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	66
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	66
3.7.5 Pengujian Hipotesis	68
3.7.6 Koefisien Determinasi.....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Karakteristik Responden	70
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	71
4.2 Hasil Penelitian	72
4.2.1 Analisa Deskriptif	72
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Word of Mouth</i> (X)	72
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli (Y)	78
4.3 Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval.....	83
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	84
4.5 Analisis Regresi Linier Sederhana	86
4.6 Uji Hipotesis	88
4.6.1 Uji t	88
4.6.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	89
4.7 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	94
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	