

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Ventela Shoes.....	1
1.1.2 Produk Ventela Shoes	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Identifikasi Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5.1 Aspek Teoritis	15
1.5.2 Aspek Praktis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	17
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	18
2.1.3 Produk	19
2.1.4 Harga.....	22
2.1.5 <i>Word of Mouth</i>	24
2.1.6 <i>Online Consumer Review</i>	26
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	29
2.1.8 Hubungan <i>Online Consumer Review</i> , Kualitas Produk, Harga dan <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran	41
2.4 Hipotesis Penelitian	43

2.5	Ruang Lingkup Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1	Jenis Penelitian	44
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	44
3.2.1	Operasional Variabel.....	44
3.2.2	Skala Pengukuran.....	48
3.3	Populasi dan Sampel	48
3.3.1	Populasi	48
3.3.2	Sampel.....	49
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.4	Metode Pengumpulan Data	50
3.5	Uji Validitas dan Reabilitas.....	51
3.5.1	Uji Validitas	51
3.5.2	Uji Reliabilitas	52
3.6	Teknik Analisis Data	53
3.6.1	Analisis Deskriptif	53
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.6.2.1	Uji Normalitas.....	54
3.6.2.2	Uji Multikolinearitas.....	54
3.7	Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
3.8	Pengujian Hipotesis	56
3.8.1	Uji Parsial (Uji t).....	57
3.8.2	Uji Simultan (Uji F)	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Analisis Data	60
4.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	60
4.1.2	Karakteristik Responden.....	61
4.1.3	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	65
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	71
4.1.5	Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.2	Pembahasan	78
4.2.1	Pengaruh <i>Online Consumer Review</i> , Kualitas Produk, Harga, dan <i>Word of Mouth</i> secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.2.2	Pengaruh <i>Online Consumer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.2.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	80

4.2.4 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.2.5 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	90