

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DATAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Profil Umum Luxcrime .....	1
1.2 Latar Belakang .....	2
1.3 Identifikasi Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	13
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	13
1.6 Sistematika Tugas Akhir .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Pemasaran .....	16
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen .....	16
2.1.3 Purchase intention .....	18
2.1.4 Electronic Word of Mouth .....	20
2.1.5 Kualitas Produk .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	37
2.3.1 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan <i>Purchase intention</i> .....	37
2.3.2 Hubungan Kualitas Produk dengan <i>Purchase intention</i> .....	38
2.3.3 Hubungan antara <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Kualitas Produk Terhadap <i>Purchase intention</i> .....	38

2.4 Kerangka Pemikiran.....	39
2.5 Hipotesis Penelitian.....	41
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Jenis Metode Penelitian.....	42
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	42
3.2.1 Operasional Variabel.....	42
3.2.2 Skala Pengukuran.....	48
3.3 Tahapan Penelitian .....	48
3.4 Populasi dan Sampel .....	49
3.4.1 Populasi.....	49
3.4.2 Sampel.....	49
3.5 Pengumpulan Data .....	51
3.5.1 Data Primer .....	51
3.5.2 Data Sekunder .....	52
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	52
3.6.1 Uji Validitas .....	52
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	53
3.7 Teknik Analisis Data.....	54
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	54
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	58
3.7.4 Uji Hipotesis .....	58
<b>BAB IV .....</b>	<b>61</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	61
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin .....	61
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas .....	62
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	63
4.2.1 Uji Validitas .....	63
4.2.1 Uji Reliabilitas .....	64
4.3 Analisis Deskriptif .....	65
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	66
4.3.2 Tanggapan Responden mengenai Kualitas Produk.....	68
4.3.3 Tanggapan Responden mengenai Minat Beli .....	71
4.4 Analisis Data .....	74

4.4.1 Uji Asumsi Klasik .....	75
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	78
4.4.3 Uji Hipotesis .....	80
4.4.4 Hasil Koefisien Determinasi .....	82
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	83
4.6 Pembahasan Uji Hipotesis .....	86
4.6.1 Hipotesis <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1) Terhadap <i>Purchase Intention</i> (Y) Produk Luxcrime .....	86
4.6.2 Hipotesis Kualitas Produk (X2) Terhadap <i>Purchase Intention</i> (Y) Produk Luxcrime.....	86
4.6.3 Hipotesis <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap <i>Purchase Intention</i> (Y) Produk Luxcrime .....	87
<b>BAB V.....</b>	<b>88</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
5.2.1 Saran Praktis .....	89
5.2.2 Saran Teoritis .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>