

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1. Minat Beli	10
2.1.2. Brand Image.....	13
2.1.3. Electronic Word of Mouth.....	15
2.1.4. Brand Awareness	18

2.2	Hubungan antar Variabel	19
2.3.1.	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli	19
2.3.2.	Pengaruh Brand Awareness terhadap Minat Beli	20
2.3.3.	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Image</i>	20
2.3.4.	Pengaruh Brand Awareness terhadap <i>Brand Image</i>	21
2.3.5.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	22
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....		24
3.1.	Jenis Penelitian	24
3.2.	Populasi dan Sampel	24
3.2.1.	Populasi	24
3.2.2.	Sampel	24
3.3.	Sumber dan Jenis Data.....	26
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	26
3.5.	Variabel dan Indikator	28
3.5.1.	Variabel.....	28
3.5.2.	Indikator.....	29
3.6.	Teknik Analisis	31
3.6.1.	Uji data.....	31
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik	31
3.6.3.	Uji Hipotesis	34
3.6.4.	Koefisien Determinasi (R^2).....	35
3.6.5.	Uji Sobel	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Hasil Penelitian	37
4.1.1	Deskripsi Responden	37

4.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.1.3	Responden Berdasarkan Semester	38
4.1.4	Responden Berdasarkan Fakultas	39
4.2	Analisis Deskripsi Responden.....	39
4.2.1	Electronic Word of Mouth (X1)	41
4.2.2	Brand Awareness (X2)	42
4.3.3	Brand Image (Y1)	43
4.4.4	Minat Beli	45
4.3	Uji Instrumen	46
4.3.1	Uji Validitas.....	46
4.3.2	Uji Reliabilitas	47
4.4	Uji Asumsi Klasik	48
4.5	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	50
4.5.1	Pengujian Hipotesis (Uji t)	52
4.5.2	Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>).....	55
4.5.3	Hasil Uji Sobel.....	55
4.6	Pembahasan	58
4.6.1	Pengaruh <i>Electronic word of mouth</i> terhadap Minat Beli ..	58
4.6.2	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli.....	59
4.6.3	Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Brand Image	60
4.6.4	Pengaruh Brand Awareness terhadap Brand Image	61
4.6.5	Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli	62
4.6.6	Pengaruh Langsung Tidak Langsung	63
BAB V PENUTUP.....		64
5.1	Kesimpulan	64
5.2	Implikasi Manajerial	65
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	66

5.4	Agenda Yang Akan Datang	66
	DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tingkat Penjualan Merek Lipstik.....	7
Tabel 3. 1 Definisi Variabel Operasional.....	29
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Semester	38
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Fakultas.....	39
Tabel 4. 4 Statistik Deskripsi Electronic Word of Mouth.....	41
Tabel 4. 5 Statistik Deskripsi Brand Awareness	42
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Brand Image.....	44
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Minat Beli	45
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 10 Uji Normalitas.....	48
Tabel 4. 11 Pengujian Multikolinieritas	49
Tabel 4. 12 Pengujian Heterokedastisitas	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis	52
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Derterminasi	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikir.....	23
Gambar 4. 1 Hasil Uji Sobel Test 1	56
Gambar 4. 2 Hasil Uji Sobel Test 2	57