

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
INTISARI.....	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 <i>Credibility Endorser</i>	11
2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	13
2.1.3 <i>Product Quality</i>	14
2.1.4 <i>Brand Image</i>	17
2.1.5 <i>Purchase Intention</i>	20
2.2 Pengaruh Antara Variabel dan Pengembangan Hipotesis	22
2.2.1 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Brand Image</i>	22
2.2.2 Pengaruh <i>Credibility Endorser</i> Terhadap Citra Merek.....	23
2.2.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	24
2.2.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	25

2.2.5	Pengaruh <i>Credibility Endorser</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	26
2.2.6	Pengaruh <i>Electroni Word of Mouth</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	27
2.2.7	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	28
2.3	Model Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Jenis Penelitian	31
3.2	Populasi dan Sampel.....	31
3.2.1	Populasi.....	31
3.2.2	Sampel.....	32
3.3	Sumber dan Jenis Data.....	33
3.3.1	Sumber	33
3.3.1.1	Primer.....	33
3.3.1.2	Sekunder.....	33
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.4.1	Kuesioner	34
3.4.2	Wawancara.....	34
3.5	Variabel dan Indikator Penelitian	34
3.6	Teknik Analisis	36
3.6.1	Uji Instrument	36
3.6.1.1	Uji Validitas	36
3.6.1.2	Uji Reabilitas.....	37
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.6.2.1	Uji Normalitas.....	37
3.6.2.2	Uji Multikolinearitas	38
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.6.4	Pengujian Hipotesis.....	40
3.6.4.1	Uji t	40
3.6.4.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3.6.4.3	Sobel Test.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Deskripsi Responden	43
4.2 Deskripsi Variabel	44
4.2.1 Deskripsi Variabel <i>Credibility Endorser</i>	45
4.2.2 Deskripsi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	46
4.2.3 Deskripsi Variabel <i>Product Quality</i>	47
4.2.4 Deskripsi <i>Brand Image</i>	48
4.2.5 Deskripsi <i>Purchase Intention</i>	49
4.3 Uji Instrument	50
4.3.1 Uji Validitas	50
4.3.2 Uji Reliabilitas	50
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	51
4.4.1 Uji Normalitas.....	51
4.4.2 Uji Multikolinieritas	52
4.4.3 Uji Heteroskedesitas.....	53
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.5.1 Model Regresi 1	54
4.5.1.1 Koefisien Determinan	55
4.5.1.2 Uji T	56
4.5.2 Model Regresi 2.....	57
4.5.2.1 Koefisien Determinasi.....	58
4.5.2.2 Uji T	58
4.6 Pengujian Intervening	60
4.6.1 Uji Sobel Test.....	60
4.7 Pembahasan	63
4.7.1 EWOM Terhadap <i>Brand Image</i>	63
4.7.2 Pengaruh <i>Credibility Endorser</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	64
4.7.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	65
4.7.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	66
4.7.5 Pengaruh <i>Credibility Endorser</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	66
4.7.6 Pengaruh EWOM Terhadap <i>Purchase Intention</i>	67

4.7.7 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	68
4.7.8 Pengaruh Langsung atau Tidak Langsung	68
BAB V PENUTUPAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Implikasi Managerial	70
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	72
5.4 Agenda Yang Akan Datang	72
DAFTAR PUSTAKA	73



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Renting Kosmetik di Indeks Merek Teratas Priode 2016-2018.....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Kosmetik Wardah Priode 2016-2018	3
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator	35
Tabel 4.1 Hasil Karakteristik Responden.....	43
Tabel 4.2 Nilai Indeks Responden Terhadap Variabel <i>Credibility Endorser</i>	45
Tabel 4.3 Nilai Indeks Responden Terhadap Variabel <i>Electronic-Word-of-Mouth</i>	46
Tabel 4.4 Nilai Indeks Responden Terhadap Variabel <i>Product Quality</i>	47
Tabel 4.5 Nilai Indeks Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	48
Tabel 4.6 Nilai Indeks Responden Terhadap Variabel <i>Purchase Intention</i>	49
Tabel 4.7 Uji Validitas Data	50
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Data.....	51
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas.....	53
Tabel 4.10 Tes Heteroskedesitas.....	54
Tabel 4.11 Tabel Persamaan Regresi Linier	55
Tabel 4.12 Tabel Persamaan Regresi Linier	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	30
Gambar 4.1 Uji Normalitas	52
Gambar 4.2 Uji Sobel Test.....	61

