

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Keputusan pembelian	8
2.2 Word of mouth (WoM).....	11
2.3 Reputasi merek.....	18
2.4 Kerangka pemikiran teoritis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	24

3.2	Populasi dan Sampel	24
3.3	Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	26
3.4	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	27
3.4.1	Variabel penelitian	27
3.4.2	Definisi operasional variabel	28
3.5	Metode Analisis Data	29
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	29
3.5.2	Analisis Kuantitatif	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	34
4.1.1	Karakteristik Responden	38
4.1.2	Uji Instrumen	38
4.1.3	Analisis Deskriptif variabel	41
4.2	Analisis kuantitatif	45
4.2.1	Uji asumsi klasik.....	45
4.2.2	Regresi linier berganda	48
4.3	Pembahasan.....	52
4.3.1	Pengaruh <i>World of Mouth</i> terhadap keputusan pembelian.....	52
4.3.2	Pengaruh reputasi perusahaan terhadap keputusan pembelian.....	54

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	55
5.2 Keterbatasan penelitian	55
5.2 Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No.	Halaman
1.1	Data penjualan sepeda motor Honda 4
3.1	Definisi operasional variabel 28
4.1	Karakteristik responden 36
4.2	Uji validitas variabel penelitian 38
4.3	Componen matrix variabel 39
4.4	Uji reliabiitas variabel 40
4.5	Tanggapan responden tentang <i>World of Mouth</i> 42
4.6	Tanggapan responden tentang reputasi perusahaan 43
4.7	Tanggapan Responden Tentang keputusan pembelian 44
4.8	Uji normalitas data 46
4.9	Uji multikolinieritas 47
4.10	Uji heteroskedastisitas..... 48
4.11	Hasil persamaan regresi 49
4.12	Uji koefisien determinasi 52

DAFTAR GAMBAR

.	Halaman	
2.1	Kerangka Pemikiran	23