

DAFTAR ISI

MOTTO	i
TANDA PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
RINGKASAN	iv
SUMMARY	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kontribusi Penelitian	6
E. Sistematika Pembahasan.....	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Empirik	9
B. Kajian Teoristik.....	20
1. Pemasaran	20
2. Komunikasi Pemasaran	20
3. <i>Electronic Word of Mouth</i>	23
4. Pengetahuan Konsumen	28
5. Keputusan Pembelian	30
C. Hubungan Antar Variabel	33
D. Model Konsep dan Hipotesis	35
1. Model Konsep	35
2. Hipotesis	36

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis Penelitian	37
B.	Lokasi Penelitian	38
C.	Variabel dan Skala Pengukuran	38
D.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	46
E.	Teknik Pengumpulan Data	50
F.	Validitas dan Reliabilitas	51
G.	Analisis Data	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Produk	60
B.	Gambaran Umum Responden	63
	1. Responden Berdasarkan Usia	63
	2. Responden Berdasarkan Status	65
	3. Responden Berdasarkan Pendapatan	65
	4. Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	67
	5. Responden Berdasarkan Alasan Memilih	67
C.	Gambaran Variabel yang Diteliti	
	1. Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	68
	2. Variabel Pengetahuan Konsumen	74
	3. Variabel Keputusan Pembelian	79
D.	Hasil Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	
	1. Koefisien Jalur <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Pengetahuan Konsumen	81
	2. Koefisien Jalur <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	83
	3. Koefisien Jalur Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	84
	4. Diagram Analisis Hasil Analisis Jalur	85

5. Pengaruh Tidak Langsung	86
6. Pengaruh Total	86
7. Ketepatan Model	87
E. Pembahasan	
1. Analisis Deskriptif	88
2. Hasil Pengujian Hipotesis	102

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	108
B. Saran	109

DAFTAR PUSTAKA	110
-----------------------------	------------

