

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>I</b>
<b>ABSTACT.....</b>	<b>II</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>III</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>XIII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Pembatasan Masalah .....	8
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Kerangka Teoritis.....	10

2.1.1	Keputusan Pembelian .....	10
2.1.2	Word Of Mouth (WOM) .....	12
2.1.3	Lokasi .....	16
2.2	Penelitian Relevan.....	19
2.3	Kerangka berpikir.....	22
2.4	Hipotesis.....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>24</b>
3.1	Lokasi Penelitian.....	24
3.2	Populasi dan Sampel .....	24
3.2.1	Populasi .....	24
3.2.2	Sampel.....	24
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	25
3.3.1	Variabel Penelitian .....	25
3.3.2	Defenisi Operasional .....	26
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5	Uji Instrumen Penelitian .....	30
3.5.1	Uji Validitas .....	30
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	30
3.6	Teknis Analisis.....	31

3.6.1 Uji Asumsi Klasik .....	31
3.6.2 Analisis Regresi Liner Berganda.....	32
3.6.3 Pengujian Hipotesis .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	36
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	36
4.2 Pembahasan Penelitian.....	37
4.2.1 Identifikasi Responden.....	37
4.3 Uji Instrumen Penelitian .....	40
4.3.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas Koisioner.....	40
4.4 Teknik Analisis Data.....	45
4.4.1 Uji Asumsi Klasik .....	45
4.4.2 Uji Regresi Linear Berganda.....	51
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis .....	53
4.5.1 Uji t (Parsial) .....	53
4.5.2 Uji F (Simultan).....	55
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	56
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	57
4.6.1 Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian .....	58
4.6.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	59

4.6.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> & Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian...	60
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>62</b>
5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>64</b>

