

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Pembatasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II.....	14
KAJIAN TEORI	14
2.1 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	16
2.1.3 Proses Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian	20
2.2 Influencer Marketing	21
2.2.1 Pengertian Influencer Marketing.....	21
2.2.2 Manfaat Influencer Marketing.....	22
2.2.3 Indikator Influencer	24
2.3 Word of Mouth	25
2.3.1 Pengertian Word of Mouth.....	25
2.3.2 Jenis-jenis Word of Mouth	26
2.3.3 Kelebihan dan Kelemahan <i>Word of Mouth</i>	26

2.3.4 Indikator Word of Mouth	27
2.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan	29
2.5 Kerangka Pemikiran	31
2.6 Hipotesis.....	33
BAB III	34
METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi	36
3.2.2 Sampel.....	36
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.3.1 Jenis Data	37
3.3.2 Sumber Data.....	37
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
3.4.1 Variabel Penelitian	38
3.4.2 Definisi Operasional.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6 Uji Instrumen Penelitian	42
3.6.1 Uji Validitas	42
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	44
1. Uji Normalitas Data.....	44
2. Uji Multikolinieritas	45
3. Uji Heterokedastisitas.....	45
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.7.3 Uji Hipotesis.....	47
BAB IV.....	50
4.1 Hasil Penelitian	50

4.1.1 Gambaran Umum Erigo	50
4.2 Identitas Responden	51
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.2 Responden berdasarkan Stambuk.....	52
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	53
4.3.1 Uji Validitas dan Reabilitas.....	53
4.4 Analisis data	57
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	57
Gambar Scatterplot.....	60
4.5 Uji Regresi Berganda	61
4.6 Uji Hipotesis	62
4.6.1 Uji Parsial (Uji-t).....	62
4.6.2 Uji Simultan (Uji F)	64
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	65
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
4.7.1 Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.7.2 Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.7.3 Pengaruh Influencer Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
BAB V	72
5.1 KESIMPULAN	72
5.2 SARAN.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75