

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	16
1.3 Pembatasan Masalah	16
1.4 Perumusan Masalah.....	16
1.5 Tujuan Penelitian.....	17
1.6 Manfaat Penelitian	17
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	19
2.1 Minat Beli	19
2.1.1 Pengertian Minat Beli	19
2.1.2 Tahap - Tahapan Minat Beli	20
2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	21
2.1.4 Indikator Minat Beli	22
2.2 <i>Electronic Word Of Mouth (EWOM)</i>	23
2.2.1 Pengertian <i>Electronic Word Of Mouth (EWOM)</i>	23
2.2.2 Dimensi <i>Electronic Word Of Mouth (EWOM)</i>	25
2.2.2.1 Intensitas	26

2.2.2.2 Konten.....	27
2.2.2.3 Valensi Opini.....	28
2.3 Penelitian Terdahulu yang Relevan	29
2.4 Kerangka Berfikir.....	32
2.5 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.2 Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel	36
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.3.1 Variabel Penelitian	37
3.3.2 Definisi Operasional	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1 kuesioner.....	39
3.5 Uji Instrumen Penelitian	41
3.5.1 Uji Validitas.....	41
3.5.2 Uji Reabilitas	42
3.6 Teknik Analisis Data	43
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	43
1. Uji Normalitas	44

2. Uji Multikolinearitas.....	44
3. Uji Heterokedastisitas	45
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.6.3 Uji Hipotesis	46
1. Uji T (Parsial)	46
2. Uji F (Simultan)	47
3. Uji Koefisien Determinan	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil Penelitian.....	49
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	49
4.1.2 Visi Misi Perusahaan	49
4.1.2.1 Visi	49
4.1.2.2 Misi	50
4.1.3 Struktur Organisasi	50
4.2 Deskriptif Hasil Penelitian	50
4.2.1 Karakteristik Responden.....	50
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	51
4.3.1 Uji Validitas	52
4.3.1.1 Uji Validitas Variabel Intensitas (X1)	52
4.3.1.2 Uji Validitas Variabel Konten (X2)	53

4.3.1.3 Uji Validitas Variabel Valensi Opini (X3)	54
4.3.1.4 Uji Validitas Minat Beli (Y)	55
4.3.2 Uji Reabilitas	56
4.4 Teknik Analisis Data	57
4.4.1 Uji Normalitas Data	57
4.4.2 Uji Multikolinearitas Data	60
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	60
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.6 Uji Hipotesis	64
4.6.1 Uji t (Parsial)	64
4.6.2 Uji f (Simultan)	65
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	67
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.7.1 Pengaruh Intensitas Terhadap Minat Beli Warung Kudeta	68
4.7.2 Pengaruh Konten Terhadap Minat Beli Warung Kudeta.....	69
4.7.3 Pengaruh Valensi Opini Terhadap Minat Beli Warung Kudeta	71
4.7.4 Pengaruh Intensitas,Konten dan Valensi Opini Terhadap Minat Beli Warung Kudeta.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77

DAFTAR PUSTAKA 79

LAMPIRAN 85



THE
Character Building
UNIVERSITY