

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kerangka Konseptual	7
2.1.1 Electronic Word of Mouth (e-WoM)	7
2.1.2 <i>Brand Image</i>	8
2.1.3 Minat Beli.....	9
2.2 Kerangka Teoritis	11
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	13
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	17
3.2.1 Subjek Penelitian.....	17
3.2.2 Objek Penelitian	17
3.3 Penentuan Populasi dan Sampel.....	17
3.4 Uji Keabsahan Data.....	20
3.5 Teknik Pengolahan Data	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Karakteristik Responden	29
4.2 Deskripsi Jawaban Responden	30
4.3 Analisis Data	31
4.3.1 Uji Kelayakan Instrumen	31
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	38
4.3.3 Uji Regresi Linear Sederhana	47
4.3.4 Uji Moderated Regression Analysis (MRA).....	57
4.3.5 Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	14
Tabel 4. 1 Pengujian Karakteristik Jenis Kelamin	29
Tabel 4. 2 Pengujian Karakteristik Usia	30
Tabel 4. 3 Hasil Deskripsi Jawaban Responden	30
Tabel 4. 4 Uji Validitas Variabel e-WoM (X)	32
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> (M)	33
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	35
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4. 8 Uji Normalitas e-WoM dan Minat Beli	38
Tabel 4. 9 Uji Normalitas e-WoM dan <i>Brand Image</i>	39
Tabel 4. 10 Uji Normalitas <i>Brand Image</i> dan Minat Beli	40
Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas e-WoM dan Minat Beli	42
Tabel 4. 12 Uji Multikolinearitas e-WoM dan <i>Brand Image</i>	43
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas <i>Brand Image</i> dan Minat Beli	43
Tabel 4. 14 Uji Heterokedastisitas E-WoM dan Minat Beli	44
Tabel 4. 15 Uji Heterokedastisitas e-WoM dan <i>Brand Image</i>	45
Tabel 4. 16 Uji Heterokedastisitas <i>Brand Image</i> dan Minat Beli	46
Tabel 4. 17 Uji Regresi Linear Sederhana e-WoM dan Minat Beli	47
Tabel 4. 18 Uji Regresi Linear Sederhana e-WoM dan <i>Brand Image</i>	48
Tabel 4. 19 Uji Regresi Linear Sederhana <i>Brand Image</i> dan Minat Beli	49
Tabel 4. 20 Uji T e-WoM dan Minat Beli	50
Tabel 4. 21 Uji T E-WoM dan <i>Brand Image</i>	51
Tabel 4. 22 Uji T <i>Brand Image</i> dan Minat Beli	52
Tabel 4. 23 Uji Koefisien Determinasi e-WoM dan Minat Beli	54
Tabel 4. 24 Uji Koefisien Determinasi e-WoM dan <i>Brand Image</i>	55
Tabel 4. 25 Uji Koefisien Determinasi <i>Brand Image</i> dan Minat Beli	56
Tabel 4. 26 Uji Normalitas MRA	57
Tabel 4. 27 Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4. 28 Uji Regresi Linear Berganda MRA	61
Tabel 4. 29 Uji T MRA	63
Tabel 4. 30 Uji Koefisien Determinasi MRA	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	10
Gambar 2. 2 Kerangka Teoritis	12

