

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 <i>Electronic word-of-mouth (eWOM)</i>	14
2.2.2 <i>Brand Trust</i>	16
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	18
2.2.4 Hubungan antar Variabel.....	21
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.4 Hipotesis	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	25
3.2 Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel	25
3.3 Skala Pengukuran Variabel	28
3.4 Populasi dan Sampel	29
3.5 Jenis dan Sumber Data	31
3.6 Metode Pengumpulan Data	31

3.7 Uji Instrumen	32
3.8 Teknik Analisis Data	35
3.8.1 Analisa Deskriptif	35
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda	36
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	36
3.8.4 Uji hipotesis	38
3.9 Uji Koefisien Determinasi disesuaikan (R^2)	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	40
4.2. Analisa Deskriptif	44
4.3. Pembahasan	55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN