

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. LatarBelakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Word Of Mouth.....	10
1. Pengertian Word Of Mouth	10
2. Terbentuknya Word Of Mouth	11
3. Word Of Mouth Sebagai Sumber Informasi.....	11
4. Faktor-faktor Komunikasi Word Of Mouth.....	12
B. Keputusan Pembelian Konsumen	16
1. Keputusan Pembelian Menurut Islam.....	16
2. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	19
3. Struktur Keputusan Pembelian	20
4. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	21
5. Keputusan Pembelian Konsumen	22
C. Hasil Penelitian Terdahulu.....	24
D. Kerangka Berpikir.....	28
E. Hipotesis Penelitian	30
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	34
B. Sumber Data Penelitian.....	34

1. Data Primer.....	34
2. Data Sekunder.....	34
C. Populasi Dan Sampel Penelitian	35
1. Populasi.....	35
2. Sampel	35
D. Instrumen Penelitian	36
E. Tata Variabel Penelitian.....	37
F. Definisi Operasional	37
G. Teknik Pengumpulan Data.....	40
1. Metode Angket/Kuesioner	40
2. Observasi	40
3. Dokumentasi	41
H. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	41
1. Uji Validitas	41
2. Uji Reliabilitas	41
I. Uji Asumsi Klasik.....	42
1. Uji Multikolinearitas	42
2. Uji Autokorelasi.....	42
3. Uji Heteroskedastisitas	43
4. Uji Normalitas.....	43
J. Analisis Data	44
1. Analisis Regresi Linear Berganda	44
2. Analisis Determinasi (R ²).....	45
3. Uji t parsial.....	45
4. Uji F Simultan	45
 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
1. Sejarah Awal Berdirinya Usaha.....	47
2. Bentuk Badan Usaha dan Bidang Usaha	48
3. Profil Perusahaan	48
4. Organisasi dan Manajemen.....	49
B. Gambaran Umum Responden	50
1. Deskripsi Identitas Responden.....	50
2. Jenis Kelamin Responden	50
3. Usia Responden	50
4. Agama Responden	51
5. Tempat Tinggal Responden	51
C. Deskripsi Data Penelitian.....	52
1. Customer Emosional.....	52
2. Leader Opinion	55
3. Organic Word Of Mouth.....	58

4. Amplified Word Of Mouth	60
5. Keputusan Pembelian Konsumen	63
D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	66
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reliabilitas	68
E. Uji Asumsi Klasik	69
1. Uji Normalitas	69
2. Uji Multikolinearitas	71
3. Uji Autokorelasi	72
4. Uji Heteroskedastisitas	73
F. Teknik Analisis Data	73
1. Analisis Regresi Linear Berganda	73
2. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	75
3. Uji t Parsial	76
4. Uji F Simultan	78
G. Pembahasan dan Analisis	79
1. Pengaruh Customer Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	79
2. Pengaruh Leader Opinion Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	80
3. Pengaruh Organic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	81
4. Pengaruh Amplified Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	83
5. Pengaruh Customer Emosional, Leader Opinion, Organic Word Of Mouth, Amplified Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	84
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	86
B. Implikasi Penelitian	87
1. Implikasi Teoritis	87
2. Implikasi Praktis	87
3. Saran-saran	87
C. Penutup	87

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	: Definisi Operasional.....	38
Tabel 3.2	: Durbin Watson.....	43
Tabel 4.1	: Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 4.2	: Usia Responden	50
Tabel 4.3	: Agama Responden	51
Tabel 4.4	: Tempat Tinggal Responden	51
Tabel 4.5	: Frekuensi Variabel Customer Emosional (X1)	52
Tabel 4.6	: Frekuensi Variabel Leader Opinon (X2)	55
Tabel 4.7	: Frekuensi Variabel Organic Word Of Mouth (X3)	58
Tabel 4.8	: Frekuensi Variabel Amplified Word Of Mouth (X4)	60
Tabel 4.9	: Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	63
Tabel 4.10	: Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Customer Emosional	66
Tabel 4.11	: Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Leader Opinion.	67
Tabel 4.12	: Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Organic Word Of Mouth	67
Tabel 4.13	: Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Amplified Word Of Mouth	67
Tabel 4.14	: Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.15	: Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	69
Tabel 4.16	: Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4.17	: Hasil Uji Autokorelasi	72
Tabel 4.18	: Hasil Uji Regresi Linear Berganda	74
Tabel 4.19	: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	75
Tabel 4.20	: Hasil Uji t parsial.....	76
Tabel 4.21	: Hasil Uji F Simultan	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	21
Gambar 2.2	: Model Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan	23
Gambar 2.3	: Kerangka Berpikir.....	
Gambar 4.1	: Hasil Uji Normalitas Probability Plot	70
Gambar 4.2	: Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	70
Gambar 4.3	: Hasil Uji Heteroskedastisitas	73

