

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAGAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	13
1. Perilaku Konsumen.....	13
2. <i>Purchase Decision</i> (Keputusan Pembelian).....	18
3. <i>Price</i> (Harga).....	25
4. <i>Transaction Security</i> (Keamanan Transaksi)	28
5. Electronic Word of Mouth (E-WOM)	30
6. Online Consumer Review (Ulas Produk)	34
7. Viral Marketing	38
B. Penelitian Terdahulu	43
C. Hubungan Antar Variabel.....	46
D. Kerangka Pemikiran.....	49
E. Hipotesis	50

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	53
B. Populasi	54
C. Sampel dan Teknik Sampling	55
D. Klasifikasi Variabel Penelitian	57
E. Definisi Operasional Variabel	57
F. Jenis Data Penelitian	78

G. Prosedur Pengambilan Data.....	78
H. Skala Pengukuran Variabel	79
I. Uji Instrumen.....	81
J. Teknik Analisis Data.....	85

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian	90
1. Analisis Deskriptif.....	90
2. Analisis Kuantitatif dan Pengujian Hipotesis	100
B. Pembahasan	106

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	126
B. Saran.....	127

DAFTAR PUSTAKA.....	129
---------------------	-----

LAMPIRAN	137
----------------	-----