

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
1. Manfaat Teoritis	13
2. Manfaat Praktis	13
 BAB II TINJAAAN PUSTAKA.....	 15
A. Landasan Teori.....	15
1. <i>Purchase decision</i>	15
a. Definisi Purchase Decision	15
b. Tahapan <i>Purchase Decision</i>	16
c. Indikator Keputusan Pembelian	18
2. <i>Brand Image</i>	19
a. Definisi <i>Brand image</i>	19
b. Tujuan <i>Brand Image</i>	20
c. Indikator <i>Barnd Image</i>	20

3. <i>Brand Awareness</i>	22
a. Definisi <i>Brand Awareness</i>	22
b. Tujuan <i>Brand Awareness</i>	23
c. Indikator <i>Brand awareness</i>	24
4. <i>Electronic Word of Mouth</i>	25
a. Definisi <i>Electronic word of mouth</i>	25
b. Peran penting <i>E-WOM</i>	27
c. Indikator <i>E-WOM</i>	28
5. <i>Customer Rating</i>	29
a. Definisi <i>Customer Rating</i>	29
b. Indikator <i>Customer Rating</i>	30
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Hubungan Antar Variabel	33
1. Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	33
2. Hubungan <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	34
3. Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> ...	35
4. Hubungan <i>Customer Rating</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	36
D. Kerangka Konseptual	36
E. Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Rancangan Penelitian	40
B. Objek dan Waktu Penelitian	41
1. Objek Penelitian	41
2. Waktu Penelitian	41
C. Populasi	41
D. Sample dan Teknik Sampling	41
1. Sample	41
2. Teknik Sampling	42
E. Jenis data Penelitian	43
1. Data primer	43

2. Data sekunder	44
F. Prosedur Pengambilan Data	44
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	45
1. Variabel Independen (Variabel Bebas)	46
2. Variabel Dependen (Variabel Bebas).....	46
H. Definisi Oprasional Variabel	46
I. Uji Instrumen	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas.....	50
J. Teknik Analisis Data	52
1. Analisis Deskriptif.....	52
2. Analisis Kuantitatif	52
3. Analisis Regresi Linier Berganda	52
K. Pengujian Hipotesis	53
1. Uji statistik t	53
2. Uji F.....	54
3. Koefisien Determinasi (R^2)	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Hasil Penelitian	56
1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	56
a. Jenis Kelamin Responden	56
b. Usia Responden	56
c. Frekuensi melakukan pembelian produk Erigo dalam 2 tahun terakhir	57
2. Analisis Deskriptif Variabel	58
a. Variabel <i>Baran Image</i> (X1).....	58
b. Variabel <i>Brand Awareness</i>	59
c. Variabel <i>E-WOM</i>	60
d. Variabel <i>Customer Rating</i>	61
e. Variabel <i>Purchase Decisions</i>	62
3. Analisis Kuntitatif Responden	63

4. Pengujian Hipotesis.....	65
a. Uji t	65
b. Uji F	66
c. Koefisien Determinasi (R^2).....	67
B. Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
1. Saran Bagi Perusahaan	75
2. Saran Untuk Peneliti selanjutnya	76
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	31
Tabel 3. 1 Skala Likert	45
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	47
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 3. 4 Hasil Uji Realiabelitas.....	51
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	57
Tabel 4. 3 Frekuensi melakukan pembelian produk erigo dalam 2 tahun terakhir	57
Tabel 4. 4 Peneilaian Variabel <i>Brand Image</i>	58
Tabel 4. 5 Peneilaian Variabel <i>Brand Awariness</i>	59
Tabel 4. 6 Peneilaian Variabel <i>E-WOM</i>	60
Tabel 4. 7 Peneilaian Variabel <i>Customer Rating</i>	61
Tabel 4. 8 Peneilaian Variabel <i>Purchase Decisions</i>	62
Tabel 4. 9 Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji T	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji F	67
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 E-Commerce yang Sering Diakses di Indonesia	2
Gambar 1. 2 7 Kategori Produk Paling Laris di Marketaplace	3
Gambar 1. 3 5 Brand Pakaian Favorit Publik RI 2025	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	83
Lampiran II Rekapitulasi Data 30 Responden	90
Lampiran III Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas.....	94
Lampiran IV Data (Olah Data)	102
Lampiran V Analisis Deskriptif	108
Lampiran VI Analisis Kuantitatif	108