

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	15
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	15
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	15
1.1.2 Visi Misi.....	16
1.1.3 Produk Kosmetik Wardah.....	18
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	23
1.3 Identifikasi Masalah.....	31
1.4 Tujuan Penelitian.....	31
1.5 Kegunaan Penelitian.....	31
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	32
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	32
1.6 Sistematika Penulisan.....	32
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	33
2.1 Pemasaran.....	33
2.1.1 <i>Electronic Word of Mouth</i>	33
2.1.2 <i>Infotmation Acceptance</i>	37
2.1.3 <i>Purchase Intention</i>	39

2.2 Penelitian Terdahulu.....	41
2.3 Kerangka Penelitian.....	56
2.4 Hipotesis Penelitian.....	58
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	59
BAB III METODE PENELITIAN.....	60
3.1 Jenis Penelitian.....	60
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	60
3.2.1 Operasional Variabel.....	60
3.2.2 Skala Pengukuran.....	65
3.3 Tahapan Penelitian.....	67
3.4 Populasi dan Sampel.....	68
3.4.1 Populasi.....	68
3.4.2 Sampel.....	68
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	71
3.6.1 Uji Validitas.....	71
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	73
3.7 Teknik Analisis Data.....	75
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	75
3.7.2 <i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	77
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	78
3.7.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	80
3.7.5 Koefisien Determinasi.....	82
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	85
4.1 Karakteristik Responden.....	85
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	85
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	86

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	86
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku.....	87
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	89
4.2 Hasil Penelitian.....	89
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	89
4.2.2 Transformasi Data Menggunakan <i>Method of Successive Interval</i>	101
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	101
4.2.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	108
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	126
5.1 Kesimpulan.....	126
5.2 Saran.....	128
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	128
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	128
DAFTAR PUSTAKA.....	130
LAMPIRAN	