

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
PENDAHULUAN	1
TINJAUAN PUSTAKA.....	2
Minat beli	2
<i>Brand Image</i>	2
<i>Price</i>	2
<i>Electronic Word-of-Mouth (E-wom)</i>	3
HUBUNGAN ANTAR VARIABEL.....	3
Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap minat beli	3
Hubungan <i>Price</i> terhadap Minat Beli	4
Hubungan <i>Electronic Word of Mouth (E-wom)</i> terhadap Minat Beli.....	4
Hubungan Antara <i>Brand Image, price dan E-wom</i> Terhadap Minat Beli	4
Model Penelitian.....	5
METODE PENELITIAN	6
Pengukuran	6
Desain Penelitian	6
Populasi dan sampel.....	6
HASIL PENELITIAN	8
Demografi Responden	8
Uji Validitas dan Realibilitas	8

Uji Asumsi Klasik.....	9
DISKUSI.....	11
Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Price</i> dan <i>E-wom</i> Terhadap Minat Beli Layanan Netflix.....	11
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	12
Kesimpulan.....	12
Ketebatasan Penelitian.....	12
Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	12
Implikasi Manajerial.....	12

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Ringkasan Daftar Penelitian Terdahulu	16
Lampiran 2 Definisi Operasional Variabel	20
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	24
Lampiran 4 Responden Berdasarkan Umur	28
Lampiran 5 Hasil Output Olah Data	30
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	38
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis	40
Lampiran 8 Tabualsi Data 100 Responden	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Pengujian Asumsi klasik	10
Tabel 1 Hasil Pengujian Regresi WLS	11



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Penelitian 5

