

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	1
KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI.....	4
DAFTAR TABEL.....	7
DAFTAR GAMBAR.....	8
DAFTAR LAMPIRAN.....	9
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
b. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Theory Reasoned Action.....	8
2.2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>E-WOM</i>	9
2.6 Penelitian Terdahulu	14
2.7 Hubungan Antar Variabel	19
2.8 Hipotesis Penelitian.....	21
2.9 Model Penelitian	22
BAB III	23
METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Rancangan Penelitian	23
3.2 Objek Penelitian	23
3.3 Tempat Dan Penelitian.....	23
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	23
3.4.1 Populasi	23

3.1.1	Sampel.....	23
3.1.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	24
3.2.1	Definisi Variabel.....	24
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4	Teknik Analisis Data.....	27
3.4.1	Uji Validitas.....	27
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	27
3.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	28
3.1.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	28
3.1.2	Uji F.....	29
3.1.3	Uji t.....	29
3.1.4	Koefisien Determinasi.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		30
4.1.	Karakteristik Responden.....	30
4.2.	Uji Validitas.....	34
4.3.	Uji Reliabilitas.....	37
4.5.	Uji Asumsi Klasik.....	37
4.6.	Uji Regresi Linier Berganda.....	39
BAB V PEMBAHASAN.....		43
5.1	Pengaruh E-Word Of Mouth (X1), Sales Promotion (X2), dan Hedonic Shopping Motivation (X3) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	43
5.2	Pengaruh E-Word Of Mouth (X1) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	43
5.3	Pengaruh Sales Promotion (X2) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	44
5.4	Pengaruh Hedonic Shopping Motivation (X3) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)....	44
5.5	Hedonic Shopping Motivation (X3) Merupakan Variabel yang Paling Dominan Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	45
5.6	Temuan Penelitian.....	45
5.7	Keterbatasan Penelitian.....	46
BAB VI.....		47
KESIMPULAN.....		47
6.1.	Kesimpulan.....	47
6.2	Saran.....	47