

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN SAMPUL DALAM.....                  | ii   |
| LEMBAR PERSETUJUAN.....                    | iii  |
| LEMBAR PENGESAHAN.....                     | iv   |
| LEMBAR KEASLIAN TULISAN.....               | v    |
| LEMBAR PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI..... | vi   |
| MOTTO.....                                 | vii  |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....                   | viii |
| KATA PENGANTAR.....                        | ix   |
| DAFTAR ISI.....                            | xi   |
| DAFTAR TABEL.....                          | xiii |
| DAFTAR GAMBAR.....                         | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                       | xv   |
| ABSTRAK.....                               | xvi  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                      | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN.....                     | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah.....             | 1    |
| B. Identifikasi Permasalahan.....          | 10   |
| C. Rumusan Masalah.....                    | 10   |
| D. Tujuan Penelitian.....                  | 11   |
| E. Manfaat Penelitian.....                 | 11   |
| F. Penegasan Istilah.....                  | 13   |
| G. Sistematika Pembahasan.....             | 17   |
| BAB II LANDASAN TEORI.....                 | 19   |
| A. Deskripsi Teori.....                    | 19   |
| 1. Perilaku konsumen.....                  | 19   |
| 2. Keputusan Pembelian.....                | 21   |
| 3. Word Of Mouth (WOM).....                | 27   |

|         |   |     |
|---------|---|-----|
| 4.      | Live Sale Instagram .....   | 33  |
| B.      | Penelitian Terdahulu .....  | 39  |
| C.      | Kerangka Konseptual.....  | 48  |
| D.      | Hipotesis Penelitian .....  | 52  |
| BAB III | METODE PENELITIAN .....   | 54  |
| A.      | Jenis Penelitian .....  | 54  |
| B.      | Variabel Penelitian.....  | 56  |
| C.      | Definisi Operasional .....  | 57  |
| D.      | Lokasi dan Waktu Penelitian .....   | 61  |
| E.      | Populasi dan Sampel Penelitian .....  | 61  |
| F.      | Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....  | 63  |
| G.      | Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....  | 65  |
| H.      | Teknik Analisis Data .....  | 73  |
| BAB IV  | HASIL PENELITIAN.....   | 76  |
| A.      | Deskripsi Centra Angrek Aulia.....  | 76  |
| B.      | Analisa Deskriptif .....  | 79  |
| C.      | Analisis Inferensial .....  | 98  |
| BAB V   | PEMBAHASAN .....  | 107 |
| A.      | Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian .....   | 107 |
| B.      | Pengaruh Live Sale Instagram Terhadap Keputusan Pembelian   | 108 |
| C.      | Pengaruh Word Of Mouth dan Live sale Instagram Terhadap<br>Keputusan Pembelian di Centra Angrek Aulia Trenggalek..... | 109 |
| BAB VI  | PENUTUP .....   | 111 |
| A.      | Kesimpulan .....  | 111 |
| B.      | Saran .....   | 111 |
| DAFTAR  | PUSTAKA.....  | 113 |