

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Pengesahan Penguji.....	iv
Halaman_Moto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xvi
<i>Abstract</i>	xvii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	13
G. Penegasan Istilah	13
H. Sistematika Penulisan Skripsi	15
BAB II : LANDASAN TEORI.....	17
A. Pemasaran.....	17
1. Pengertian Pemasaran	17
2. Strategi Pemasaran	18
B. Perilaku Konsumen	19
1. Pengertian Perilaku Konsumen	19
C. Keputusan Pembelian	21
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2. Faktor-faktor penentu keputusan pembelian	22
3. Tahapan keputusan pembelian	24
4. Indikator Keputusan Pembelian	26
D. Kualitas produk	27
1. Pengertian Kualitas Produk.....	27
2. Indikator Kualitas Produk	28
E. Kualitas pelayanan	30
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	30
2. Indikator Kualitas pelayanan.....	31

F. <i>Electronic word of mouth</i>	32
1. Pengertian EWOM.....	32
2. Indikator EWOM.....	33
G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	34
H. Kerangka Konseptual.....	39
I. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III : METODE PENELITIAN.....	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B. Populasi, Sampling Dan Sampel Penelitian.....	42
C. Sumber Data, Variabel Dan Skala Pengukuran.....	44
D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian.....	45
E. Teknik Analisis Data.....	49
1. Uji Asumsi Klasik.....	49
2. Analisis Regresi.....	53
3. Uji hipotesis.....	54
BAB IV : HASIL PENELITIAN.....	57
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
B. Karakteristik Responden.....	58
C. Deskripsi Variabel.....	59
D. Analisis Data.....	63
BAB V : PEMBAHASAN.....	74
A. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Beesabuy.....	74
B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Beesabuy.....	77
C. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Beesabuy.....	78
D. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan <i>Electronic word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Beesabuy.....	80
BAB VI : PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	91