

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHANAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
1. Keputusan Pembelian	11
2. <i>Endorsement</i>	23
3. <i>Word Of Mouth</i>	27
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Pemikiran	34
D. Hipotesis.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
A. Metode Penelitian.....	38
B. Operasionalisasi Variabel.....	38
1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	39
2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	41
C. Populasi dan Sampel	42
1. Populasi	42

2. Sampel	43
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Uji Instrumen Penelitian.....	45
1. Uji Validitas	50
2. Uji Reliabilitas.....	52
F. Uji Prasyarat Analisis	53
1. Uji Asumsi Dasar	53
2. Uji Asumsi Klasik	55
G. Teknik Analisis Data	56
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	56
2. Pengujian Hipotesis	58
H. Tempat dan Waktu Penelitian	61
1. Tempat.....	61
2. Waktu Penelitian	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
A. Kondisi Objek Penelitian	63
B. Hasil Penelitian	64
1. Uji Persyaratan Analisis	64
2. Teknik Analisis Data	68
C. Pembahasan Hasil Penelitian	82
1. Pengaruh <i>Endorsement</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	82
2. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian	84
3. Pengaruh <i>Endorsement</i> dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	89
A. Simpulan.....	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91

LAMPIRAN.....	94
---------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara Dengan Penduduk Muslim Terbesar Dunia (2010)	2
Gambar 1.2 Total Penjualan (Pcs)	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	68
Gambar 4.2 Asal Fakultas Responden	69
Gambar 4.3 Histogram Endorsement	71
Gambar 4.4 Histogram Word Of Mouth	73
Gambar 4.5 Histogram Proses Keputusan Pembelian.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Operasional Variabel <i>Endorsement</i> (X1)	39
Tabel 3.2 Operasional Variabel <i>Word Of Mouth</i> (X2)	40
Tabel 3.3 Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y)	41
Tabel 3.4 Predikat, Notasi, dan Nilai	47
Tabel 3.5 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	47
Tabel 3.6 Uji Validitas <i>Endorsement</i>	51
Tabel 3.7 Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i>	51
Tabel 3.8 Uji Validitas Proses Keputusan Pembelian	51
Tabel 3.9 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas	53
Tabel 3.10 Alokasi Waktu Penelitian.....	62
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4.2 Hasil Uji Linearitas <i>Endorsement</i> (X ₁)	65
Tabel 4.3 Hasil Uji Linearitas <i>Word Of Mouth</i> (X ₂).....	66
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastis.....	67
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif X ₁ , X ₂ , dan Y.....	69
Tabel 4.7 Interpretasi Variabel <i>Endorsement</i>	70
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi <i>Endorsement</i>	70
Tabel 4.9 Interpretasi Variabel <i>Word Of Mouth</i>	71
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi <i>Word Of Mouth</i>	72
Tabel 4.11 Interpretasi Variabel Proses Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Proses Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Korelasi Sederhana X ₁	75
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Sederhana X ₁	75
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi X ₁ Terhadap Y	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana X ₂	77
Tabel 4.17 Analisis Regresi Linear Sederhana X ₂	78
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi X ₂ Terhadap Y	79

Tabel 4.19 Koefisien Korelasi Berganda	79
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Berganda	80
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi X_1 dan X_2 Terhadap Y	81
Tabel 4.22 Hasil Uji Simultan (F).....	82