

## DAFTAR ISI

|                                  |      |
|----------------------------------|------|
| JUDUL.....                       | i    |
| ABSTRAK.....                     | iii  |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....  | vi   |
| PERNYATAAN ORISINALITAS .....    | vii  |
| KATA PENGANTAR.....              | vii  |
| DAFTAR ISI.....                  | x    |
| DAFTAR LAMPIRAN .....            | xiii |
| DAFTAR TABEL .....               | xiv  |
| DAFTAR GAMBAR.....               | xv   |
| BAB I.....                       | 1    |
| PENDAHULUAN .....                | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah .....  | 1    |
| B. Identifikasi Masalah .....    | 9    |
| C. Pembatasan Masalah.....       | 9    |
| D. Perumusan Masalah.....        | 10   |
| E. Kegunaan Penelitian .....     | 10   |
| BAB II.....                      | 11   |
| KAJIAN TEORITIK .....            | 11   |
| A. Deskripsi Konseptual.....     | :    |
| 1. Deskripsi Minat Beli (Y)..... | 11   |
| 2. Deskripsi e-WOM (X1) .....    | 14   |
| 3. Deskripsi Iklan (X2) .....    | 20   |

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| B. Hasil Penelitian yang Relevan .....           | 27 |
| C. Perumusan Hipotesis Penulisan.....            | 32 |
| D. Kerangka Teoritik .....                       | 33 |
| BAB III.....                                     | 38 |
| METODOLOGI PENELITIAN.....                       | 38 |
| A. Tujuan Penelitian .....                       | 38 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian .....             | 38 |
| C. Metode Penelitian .....                       | 39 |
| D. Populasi dan Sampel .....                     | 39 |
| 1. Populasi.....                                 | 39 |
| 2. Sampel.....                                   | 40 |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....                 | 42 |
| G. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....     | 43 |
| H. Teknik Analisis Data .....                    | 45 |
| BAB IV.....                                      | 50 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....             | 50 |
| A. Deskripsi Unit Analisis.....                  | 50 |
| 1. Profil Responden.....                         | 50 |
| 2. Deskripsi Variabel .....                      | 54 |
| B. Uji Instrumen .....                           | 63 |
| 1. Uji instrumen variabel minat beli.....        | 63 |
| 2. Uji instrument e-WOM.....                     | 65 |
| 3. Uji instrumen variabel iklan reklame.....     | 66 |
| C. Uji Asumsi Klasik Model Regresi Berganda..... | 68 |

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| 1. Uji Normalitas.....                | 68  |
| 2. Uji Multikolinieritas.....         | 69  |
| 3. Uji Heteroskedastisitas.....       | 70  |
| D. Pengujian Hipotesis.....           | 71  |
| 1. Uji Regresi Parsial .....          | 71  |
| 2. Uji Regresi Bersama-Sama .....     | 73  |
| 3. Uji Determinasi .....              | 74  |
| E. Pembahasan.....                    | 75  |
| BAB V.....                            | 77  |
| KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN ..... | 77  |
| A. Kesimpulan.....                    | 77  |
| B. Implikasi .....                    | 78  |
| C. Saran .....                        | 83  |
| DAFTAR PUSTAKA .....                  | 85  |
| Lampiran I .....                      | 89  |
| Lampiran II .....                     | 94  |
| RIWAYAT HIDUP PENULIS .....           | 110 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|            |                |    |
|------------|----------------|----|
| Lampiran I | Kuesioner..... | 48 |
|------------|----------------|----|

## DAFTAR TABEL

|              |                                                    |    |
|--------------|----------------------------------------------------|----|
| Tabel II. 1  | Hasil peneltian yang relevan .....                 | 27 |
| Tabel III. 1 | Waktu penelitian .....                             | 33 |
| Tabel III. 2 | Klasifikasi sampel dan cara penentuan sampel ..... | 34 |
| Tabel III. 3 | Skala Likert .....                                 | 36 |
| Tabel III. 4 | Operasionalisasi variabel minat beli.....          | 37 |
| Tabel III. 5 | Operasionalisasi variabel e-WOM .....              | 37 |
| Tabel III. 6 | Operasionalisasi variabel iklan reklame .....      | 38 |

## DAFTAR GAMBAR

|              |                                  |    |
|--------------|----------------------------------|----|
| Gambar I. 1  | Akun <i>twitter</i> Solaria..... | 3  |
| Gambar I. 2  | Twit konsumen Solaria.....       | 4  |
| Gambar I. 3  | Twit konsumen Solaria.....       | 4  |
| Gambar I. 4  | Twit konsumen Solaria.....       | 5  |
| Gambar I. 5  | Twit konsumen Solaria.....       | 5  |
| Gambar I. 6  | Twit konsumen Solaria.....       | 6  |
| Gambar I. 7  | Iklan reklame Solaria.....       | 7  |
| Gambar I. 8  | Iklan reklame Solaria.....       | 8  |
| Gambar II. 1 | Jenis-jenis periklanan .....     | 21 |
| Gambar II. 2 | Model penelitian .....           | 31 |