

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II</b> .....	<b>9</b>
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
2.1 Keputusan Pembelian .....	9
2.2 <i>Healthy Lifestyle</i> .....	11
2.3. Electronic Word Of Mouth.....	13
2.4. Presepsi Kualitas Produk.....	15
2.5 Penelitian Terdahulu .....	18
2.6 Kerangka Penelitian.....	20
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	21
2.7.1 Pengaruh <i>Healthy Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.7.2 Pengaruh E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian .....	21
2.7.3 Pengaruh persepsi Kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian ..	22
<b>BAB III</b> .....	<b>23</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	23
3.2 Sumber Data .....	23
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	23

3.4 Populasi dan Sampel.....	24
3.5 Variabel Penelitian.....	24
3.5.1 Variabel Bebas ( <i>Independent variable</i> ) .....	25
3.5.2 Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ).....	25
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	26
3.7 Metode Analisis Data .....	28
3.7.1 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	28
3.7.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	29
3.7.3 Penguji Hipotesis .....	30
<b>BAB IV .....</b>	<b>31</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Deskripsi Data Penelitian .....	31
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	31
4.2 Deskripsi Jawaban Responden .....	35
4.3 Analisis Data.....	42
4.3.1 Menilai Outer Model Measurement model .....	44
4.3.2 Mengevaluasi Average Variance Extracted (AVE) .....	46
4.3.4 Mengevaluasi Composite Reability .....	47
4.3.5 Pengujian Model Struktural ( <i>inner model</i> ).....	48
4.3.6 Nilai R-square .....	48
4.3.7 Pengujian Hipotesis.....	49
4.4 Pembahasan .....	51
4.4.1 Pengaruh Healthy Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian .....	51
4.4.2 Pengaruh <i>E-WOM</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.4.3 Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .	53
<b>BAB V.....</b>	<b>54</b>
<b>Kesimpulan Dan Saran.....</b>	<b>54</b>
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran .....	54

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Prasurvey Faktor-Faktor Dalam Keputusan Pembelian.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Skala Liker.....	23
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 4. 3 Uji frekuensi Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	32
Tabel 4. 4 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Penghasilan .....	33
Tabel 4. 5 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Waktu Penggunaan ...	33
Tabel 4. 6 Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Domisili .....	34
Tabel 4. 7 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variable Healthy Lifestyel (X1) .....	35
Tabel 4. 8 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variable E-WOM (X2) .....	37
Tabel 4. 9 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variable Persepsi Kualitas Produk (X3) .....	39
Tabel 4. 10 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variable Keputusan Pembelian (Y) ....	40
Tabel 4. 11 Outer Loading (Measurement Model) .....	44
Tabel 4. 12 ( Lanjutan ) Outer Loadingsn(measurement Model) .....	45
Tabel 4. 13 Outer Loadings (measurement Model) .....	45
Tabel 4. 14 Outer Loadings (measurement Model) .....	46
Tabel 4. 15 Average Variance Extracted .....	47
Tabel 4. 16 Composite Reability .....	47
Tabel 4. 17 Nilai Tabel R-Square .....	49
Tabel 4. 18 Path Coefficients .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....	20
Gambar 4. 1 Full Model Structural Partial Least Squere Model 1.....	43
Gambar 4. 2 Full Model Structural Partial Least Squere Model 2.....	43
Gambar 4. 3 Hasil Bootstrapping Model.....	48