

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
“MOTTO”	vi
PRAKATA.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 <i>Self-Efficacy</i>	9
2.2 <i>Word Of Mouth</i>	11
2.3 <i>Brand Trust</i>	14
2.4 Sikap Konsumen.....	17
2.5 Penelitian Terdahulu.....	20
2.6 Kerangka Pemikiran	23
2.7 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	

3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Sumber Data	26
3.3 Metode Pengumpulan Data	26
3.4 Populasi dan Sampel.....	27
3.4.1 Populasi.....	27
3.4.2 Sampel	27
3.5 Variabel Penelitian	28
3.5.1 Variabel Dependen.....	28
3.5.2 Variabel Independen	28
3.6 Definisi Operasional Variabel	29
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	31
3.7.1 Uji Validitas	31
3.7.2 Uji Reliabilitas	31
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data.....	32
3.8.1 Uji Normalitas Sampel.....	32
3.8.2 Uji Lineritas Sampel	32
3.9 Metode Analisis Data	33
3.9.1 Regresi Linier Berganda	33
3.10 Pengujian Hipotesis	33
3.10.1 Uji Parsial (Uji-t)	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Data	35
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	35
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	35
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	39
4.2.1 Hasil Uji Validitas	39
4.2.2 Hasil Uji Relibilitas	41
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	41
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	41
4.3.2 Hasil Uji Linearitas	42
4.4 Hasil Analisis Data	47
4.4.1 Regresi Linier Berganda	48

4.4.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	48
4.5 Pembahasan	49
4.5.1 Pembahasan <i>Self-efficacy</i> Terhadap Sikap Konsumen	49
4.5.2 Pembahasan <i>Word of mouth</i> Terhadap Sikap Konsumen	50
4.5.3 Pembahasan <i>Brand Trust</i> Terhadap Sikap Konsumen	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	