

DAFTAR ISI

BAB I	PENDAHULUAN	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Rumusan Masalah	7
	1.3. Tujuan Penelitian	7
	1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	9
	2.1 Pemasaran	9
	2.2 Gambaran Umum <i>E-Business</i> dan <i>E-Commerce</i>	10
	2.3. <i>WOM (Word Of Mouth)</i>	13
	2.4. Kepercayaan Konsumen	22
	2.5. Keputusan Pembelian	28
	2.6. Kerangka Berfikir	37
	2.7. Hipotesis	37
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	43
	3.1. Tipe Penelitian	43
	3.2. Populasi dan Sampel	43
	3.3. Teknik Pengambilan Sampel	44
	3.4. Menentukan ukuran sample	44
	3.5. Jenis dan Sumber Data	45
	3.6. Teknik Pengumpulan Data	45
	3.7. Definisi Konseptual	45
	3.8. Definisi Operasional	46
	3.9. Skala Pengukuran Variabel	48
	3.10. Uji Validitas	48
	3.11. Pre test uji validitas.....	50
	3.12. Uji Reliabilitas	50
	3.13. Uji PLS	51
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	56
	4.1. Gambaran Umum Herbalife	56
	4.2. Karakteristik Responden	57

4.3. Distribusi Jawaban Responden	59
4.4. Analisis Statistik Inferensial	63
4.5. Hasil Pengujian Hipotesis	69
4.6. Pembahasan Hipotesis	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1. Kesimpulan	87
5.2. Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN