

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	1
1.1.3 Produk dan Layanan.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian.....	20
1.5 Kegunaan Penelitian.....	20
1.5.1 Kegunaan Teoritis	20
1.5.2 Kegunaan Praktis	20
1.6 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Landasan Teori	23
2.1.1 Pemasaran	23
2.1.2 Media Sosial.....	24
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i>	24
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i>	25
2.1.5 <i>Trust</i>	25
2.1.6 <i>Purchase Intention</i>	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.2.1 Jurnal Nasional.....	27
2.2.2 Jurnal Internasional	33

2.2.3 Skripsi	39
2.3 Kerangka Pemikiran.....	45
2.4 Hubungan Antar Variabel.....	46
2.4.1 Hubungan antara <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan <i>Purchase Intention</i> .	46
2.4.2 Hubungan antara <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan <i>Trust</i>	46
2.4.3 Hubungan antara <i>Trust</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	47
2.4.4 Hubungan <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Trust</i>	47
2.5 Hipotesis Penelitian.....	48
2.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	49
2.6.1 Variabel Penelitian	49
2.6.2 Lokasi Objek Penelitian	49
2.6.3 Waktu dan Periode Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	50
3.2.1 Operasional Variabel	50
3.2.2 Skala Pengukuran.....	52
3.3 Tahapan Penelitian	53
3.4 Populasi dan Sampel	54
3.4.1 Populasi	54
3.4.2 Sampel.....	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data	56
3.5.1 Data Primer	57
3.5.2 Data Sekunder	57
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
3.6.1 Uji Validitas.....	57
3.6.2 Uji Reliabilitas	59
3.7 Teknik Analisis Data	61
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	61
3.7.2 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	63
3.7.3 <i>Partial Least Square</i> (PLS)	64
3.7.4 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	65
3.7.5 Pengukuran Struktural Model (<i>Inner Model</i>).....	66

3.7.6 Uji Hipotesis.....	68
3.7.7 Uji Mediasi.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Pengumpulan Data	70
4.2 Karakteristik Responden	70
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	71
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Provinsi.....	72
4.3 Hasil Penelitian	73
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	73
4.3.2 Analisis SEM-PLS	83
4.3.3 Uji Hipotesis dan Uji Mediasi.....	90
4.4 Analisa Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	92
4.4.1 Pembahasan Analisis Deskriptif.....	92
4.4.2 Pembahasan Hipotesis.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran.....	100
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan, Praktisi, dan Konsumen.....	100
5.2.2 Saran Bagi Peneliti.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	114
Lampiran 1 Kuesioner Pra-Survei.....	114
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Pra-Survei	115
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	124
Lampiran 4 Hasil Kuesioner Penelitian 30 Responden.....	127
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas 30 Responden	129
Lampiran 6 Uji Reliabilitas 30 Responden	130
Lampiran 7 Tabulasi Kuesioner Penelitian 30 Responden.....	131
Lampiran 8 Tabulasi Kuesioner Penelitian	134
Lampiran 9 <i>Outer Model</i>	138
Lampiran 10 Hasil <i>Outer Loadings</i>	138
Lampiran 11 Hasil Nilai AVE	138
Lampiran 12 Hasil <i>Cross Loadings Discriminant Validity</i>	139

Lampiran 13 Hasil <i>Fornell-Larcker Criterion Discriminant Validity</i>	139
Lampiran 14 Hasil Nilai <i>Cronbach's Alpha, Composite Reliability</i> , dan AVE	139
Lampiran 15 <i>Inner Model</i>	139
Lampiran 16 Hasil <i>R-Square</i>	140
Lampiran 17 Hasil <i>F-Square</i>	140
Lampiran 18 Hasil <i>Path Coefficients</i> (Uji Hipotesis)	140
Lampiran 19 Hasil <i>Spesific Indirect Effects</i>	140