

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSETUJUAN AKADEMIS</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRAC</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	2
1.3 Perumusan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Kegunaan Penelitian .....	10
1.5.1 Aspek Teoritis .....	10
1.5.2 Aspek Praktis .....	10
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b> .....	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	12
2.1.2 <i>Electronic Commerce (E-Commerce)</i> .....	12
2.1.2.1 Jenis Transaksi <i>Electronic Commerce (e-commerce)</i> .....	12
2.1.3 <i>Word of Mouth Communication</i> .....	13
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i> .....	13
2.1.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen .....	14

2.1.6 Minat Beli .....	16
2.1.6.1 Faktor Minat Beli .....	16
2.2 Penelitian Terdahulu, Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	17
2.2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
2.2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Kerangka Pemikiran .....	32
2.4 Hipotesis Penelitian .....	32
2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	33
2.5.1. Variabel dan Sub Variabel Penelitian .....	33
2.5.1.1 Variabel <i>Word of Mouth Communication</i> .....	33
2.5.1.2 Variabel Minat Beli .....	34
2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian .....	35
2.5.3 Waktu dan Periode Penelitian .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Karakteristik Penelitian .....	37
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	37
3.2.1 Variabel Bebas (Independent Variable) .....	37
3.2.2 Variabel Terikat (Dependent Variable) .....	39
3.2.3 Skala Pengukuran .....	39
3.3 Tahapan Penelitian .....	40
3.4 Populasi dan Sampel .....	42
3.4.1 Populasi .....	42
3.4.2 Sampel .....	42
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	43
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	44
3.6.1 Uji Validitas .....	44
3.6.2. Uji Reliabilitas .....	47
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	48
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	48
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	49
3.7.3 Regresi Linear Sederhana .....	50

3.7.4 Uji Hipotesis Parsial (Uji t) .....	50
3.7.5 Koefisien Determinasi .....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	53
4.1.1 Jenis Kelamin .....	53
4.1.2 Usia .....	54
4.1.3 Tingkat Pendidikan .....	54
4.1.4 Pekerjaan .....	55
4.2 Hasil Penelitian .....	56
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	56
4.2.1.1 Penilaian Responden mengenai <i>Word of Mouth Communication</i> .....	56
a. Penilaian Responden mengenai <i>Intensity</i> .....	56
b. Penilaian Responden mengenai <i>Valence of Opinion</i> .....	61
c. Penilaian Responden mengenai <i>Content</i> .....	64
4.2.1.2 Penilaian Responden mengenai Minat Beli <i>Product Dryshirt</i> .....	69
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	80
4.2.2.1 Uji Normalitas .....	80
4.2.2.1.1 Analisis Grafik.....	80
4.2.2.1.2 Analisis Statistik .....	81
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas .....	82
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	83
4.2.2.4 Uji Autokorelasi .....	84
4.2.3 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	85
4.2.4 Uji Hipotesis Parsial (Uji t) .....	86
4.2.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	86
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	87
4.3.1 Karakteristik Responden .....	87
4.3.2 Pengaruh <i>Word of Mouth Communication</i> Terhadap Minat Beli Konsumen Dryshirt .....	88

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	89
5.1 Kesimpulan .....	89
5.2 Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	91
<b>LAMPIRAN</b> .....	95
<b>Lampiran 1 Kuesioner</b>	
<b>Lampiran 2 Data Uji Validitas dan Reliabilitas (n=30)</b>	
<b>Lampiran 3 Hasil Ouput Uji Validitas dan Reliabilitas (n=30)</b>	
<b>Lampiran 4 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner (n=338)</b>	
<b>Lampiran 5 Hasil Ouput SPSS Analisis Regresi</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 2.3 Jadwal Pelaksanaan Penelitian .....	35
Tabel 3.1 Operasional <i>Independent Variable</i> .....	38
Tabel 3.2 Operasional <i>Dependent Variable</i> .....	39
Tabel 3.3 Desain Penelitian Skala <i>Likert</i> .....	40
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	45
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Variabel Minat Beli .....	46
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	48
Tabel 4.1 Hasil Kuesioner <i>Intensity</i> berdasarkan pernyataan “Saya Sering Mengakses Informasi Suatu Produk Melalui Situs Jejaring Sosial” .....	57
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner <i>Intensity</i> berdasarkan pernyataan “Saya Mengetahui <i>Dryshirt</i> melalui Internet” .....	58
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner <i>Intensity</i> berdasarkan pernyataan “Saya Mendapatkan Informasi <i>Dryshirt</i> melalui Sosial Media” .....	60
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner <i>Valence of Opinion</i> berdasarkan pernyataan “Saya Berminat Membeli Produk <i>Dryshirt</i> karena Banyaknya Komentar Positif yang Ditulis Di Testimonial oleh Pengguna Sosial Media” .....	62
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner <i>Valence of Opinion</i> berdasarkan pernyataan “Saya Berminat Membeli Produk <i>Dryshirt</i> karena Rekomendasi Orang Lain melalui Sosial Media” .....	63
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner <i>Content</i> berdasarkan pernyataan “Saya Mendapatkan Informasi Mengenai Variasi Produk <i>Dryshirt</i> melalui Sosial Media” .....	65
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner <i>Content</i> berdasarkan pernyataan “Saya Mendapatkan Informasi Mengenai Kualitas Produk <i>Dryshirt</i> melalui Sosial Media” .....	66
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner <i>Content</i> berdasarkan pernyataan “Saya Mendapatkan Informasi Mengenai Harga Produk <i>Dryshirt</i> melalui Sosial Media” .....	68
Tabel 4.9 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen <i>Dryshirt</i> berdasarkan Pernyataan “Saya Tertarik untuk Mencari Informasi Mengenai Produk <i>Dryshirt</i> ” .....	70

Tabel 4.10 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt berdasarkan Pernyataan “Saya akan Mempertimbangkan untuk Membeli Produk Dryshirt” ..	71
Tabel 4.11 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt berdasarkan Pernyataan “Saya Memilih untuk Membeli Produk <i>Fashion</i> Dryshirt” .....	73
Tabel 4.12 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt berdasarkan Pernyataan “Saya Tertarik untuk Mencoba Produk Dryshirt” .....	74
Tabel 4.13 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt berdasarkan pernyataan “Saya tertarik untuk mengetahui produk Dryshirt” .....	75
Tabel 4.14 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt berdasarkan pernyataan “Saya ingin memiliki produk Dryshirt” .....	77
Tabel 4.15 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt berdasarkan pernyataan “Saya berminat merekomendasikan ke orang lain untuk membeli produk Dryshirt” .....	79
Tabel 4.16 Uji Statistik Non Parametrik <i>One Sample</i> Kolmogrov-Smimov Test.	82
Tabel 4.17 Uji <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i> .....	83
Tabel 4.18 Hasil Pengolahan Analisis Regresi Linier Sederhana .....	85
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Website <i>Dryshirt</i> .....	1
Gambar 1.2 Produk-Produk yang Ditawarkan <i>Dryshirt</i> .....	2
Gambar 1.3 Pengguna Internet di Indonesia .....	3
Gambar 1.4 Para Pengguna Internet di Dunia Didistribusi oleh Daerah Dunia ....	4
Gambar 1.5 Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia .....	4
Gambar 1.6 Trend Belanja di Indonesia secara <i>Online</i> .....	5
Gambar 1.7 Pengguna Internet di Indonesia Belum Serius Memanfaatkan Kekuatan dari Teknologi Produktif .....	5
Gambar 1.8 <i>Digital Buyers</i> .....	6
Gambar 1.9 Data Perkenalan <i>Online</i> di Indonesia .....	6
Gambar 1.10 Volume Penjualan Dryshirt Periode Tahun 2013-2015 .....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	32
Gambar 3.1 Tahapan Pelaksanaan Penelitian .....	40
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Tingkat Usia .....	54
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	55
Gambar 4.4 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan .....	55
Gambar 4.5 Hasil Kuesioner <i>Intensity</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Sering Mengakses Informasi Suatu Produk melalui Situs Jejaring Sosial”	56
Gambar 4.6 Hasil Kuesioner <i>Intensity</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Mengetahui Dryshirt melalui Internet” .....	58
Gambar 4.7 Hasil Kuesioner <i>Intensity</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Mendapatkan Informasi Dryshirt melalui Media Sosial” .....	59
Gambar 4.8 Hasil Kuesioner <i>Valence of Opinion</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Berminat Membeli Produk Dryshirt karena Banyaknya Komentar Positif yang Ditulis di Testimonial oleh Pengguna Media Sosial” ..	61
Gambar 4.9 Hasil Kuesioner <i>Valence of Opinion</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Berminat Membeli Produk Dryshirt karena Rekomendasi Orang Lain melalui Media Sosial” .....	62

Gambar 4.10 Hasil Kuesioner <i>Content</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Mendapatkan Informasi Mengenai Variasi Produk melalui Media Sosial” .....	64
Gambar 4.11 Hasil Kuesioner <i>Content</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Mendapatkan Informasi Mengenai Kualitas Produk Dryshirt melalui Media Sosial” .....	66
Gambar 4.12 Hasil Kuesioner <i>Content</i> Berdasarkan Pernyataan “Saya Mendapatkan Informasi Mengenai Harga Produk Dryshirt melalui Media Sosial” .....	68
Gambar 4.13 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt Berdasarkan Pernyataan “Saya Tertarik untuk Mencari Informasi Mengenai Produk Dryshirt” .....	69
Gambar 4.14 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt Berdasarkan Pernyataan “Saya akan Mempertimbangkan untuk Membeli Produk Dryshirt” .....	71
Gambar 4.15 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt Berdasarkan Pernyataan “Saya Memilih untuk Membeli Produk <i>Fashion Dryshirt</i> ”	72
Gambar 4.16 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt Berdasarkan Pernyataan “Saya Tertarik untuk Mencoba Produk Dryshirt” .....	74
Gambar 4.17 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt Berdasarkan Pernyataan “Saya Tertarik untuk Mengetahui Produk Dryshirt” ....	75
Gambar 4.18 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt Berdasarkan Pernyataan “Saya Ingin Memiliki Produk Dryshirt” .....	77
Gambar 4.19 Hasil Kuesioner Minat Beli Konsumen Dryshirt Berdasarkan Pernyataan “Saya Berminat Merekomendasikan ke Orang Lain untuk Membeli Produk Dryshirt” .....	78
Gambar 4.20 Uji Normalitas .....	81
Gambar 4.21 Uji Heteroskedastisitas .....	84