

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	I
HALAMAN PERNYATAAN	II
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAK.....	VI
<i>ABSTRACT</i>.....	VII
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL	IV
DAFTAR GAMBAR.....	V
DAFTAR LAMPIRAN	VI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profile Perusahaan.....	1
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Identifikasi Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	14
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	14
2.1.1 <i>Marketing</i>	14
2.1.2 <i>Marketing Tools</i>	15
2.1.3 <i>Promotion Mix</i>	17
2.1.4 <i>Digital Marketing</i>	19
2.1.5 <i>Marketing Communication</i>	20
2.1.8 <i>Electronic Word of Mouth</i>	20
2.1.9 Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	20
2.1.9 Dimensi <i>Electronic Word of Mouth</i>	21
2.1.10 <i>Trust</i>	22

2.1.11 Dimensi <i>Trust</i>	23
2.1.12 <i>Purchase Intention</i>	24
2.1.13 Dimensi <i>Purchase Intention</i>	24
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.2.1 Hubungan <i>e-WoM</i> dengan <i>Trust</i> Konsumen.....	25
2.2.2 Hubungan <i>e-WoM</i> dengan <i>Purchase Intention</i> Konsumen	25
2.2.3 Hubungan <i>Trust</i> dan <i>Purchase Intention</i> Konsumen	25
2.3 Penelitian Terdahulu	26
2.4 Kerangka Pemikiran.....	36
2.5 Hipotesis Penelitian.....	38
2.6 Ruang Lingkup Penelitian	48
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	40
3.2.1 Variabel Penelitian	40
3.2.2 Operasional Variabel.....	41
3.2.3 Skala Pengukuran	44
3.3 Tahapan Penelitian	45
3.4 Populasi dan Sampel	46
3.4.1 Populasi	46
3.4.2 Sampel	46
3.4.3 Teknik Sampling	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.5.1 Data Primer	48
3.5.2 Data Sekunder	48
3.6 Teknik Analisis Data.....	48
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	48
3.6.2 <i>Method Successive Interval (MSI)</i>	50
3.6.3 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	50
3.7 Metode Analisis Data	51
3.7.1 Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	52
3.7.2 Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	55

3.7.3 Model Analisis Persamaan Struktural	56
3.8 Uji Hipotesis	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Karakteristik Responden	59
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	62
4.2 Hasil Penelitian	63
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	63
4.3 <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI).....	80
4.4 Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	80
4.4.1 <i>Convergent Validity</i>	81
4.4.2 <i>Discriminant Validity</i>	81
4.4.3 Uji Reliabilitas	83
4.5 Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>).....	83
4.5.1 Evaluasi Hasil Pengukuran Struktural.....	85
4.6 Uji Hipotesis	85
4.7 Hasil Penelitian dan Pembahasan	88
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran Bagi Renan Store	94
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	