

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1. Profil Elshéskin.....	1
1.1.2. Visi dan Misi Elshéskin.....	1
1.2. Latar Belakang	2
1.3. Perumusan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Manfaat Penelitian	15
1.5.1. Aspek Praktis.....	15
1.5.2. Aspek Akademis	16
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir	16
BAB II	18
TINJAUAN PUSTAKA	18

2.1. Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu	18
2.1.1. Pemasaran.....	18
2.1.2. Manajemen Pemasaran	18
2.1.3. <i>Consumer Behavior</i>	19
2.1.4. <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	20
2.1.5. <i>Online Customer Review</i>	21
2.1.6. <i>Influencer Review</i>	22
2.1.7. <i>Trust</i>	23
2.1.8. Minat Beli.....	24
2.1.9. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap <i>Trust</i>	24
2.1.10. Pengaruh <i>Influencer Review</i> terhadap <i>Trust</i>	25
2.1.11. Pengaruh <i>Trust</i> terhadap Minat Beli	25
2.1.12. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Minat Beli	26
2.1.13. Pengaruh <i>Influencer Review</i> terhadap Minat Beli	26
2.1.14. Penelitian Terdahulu	27
2.2. Kerangka Pemikiran.....	34
2.3. Hipotesis Penelitian	37
BAB III	39
METODE PENELITIAN	39
3.1. Jenis Penelitian	39
3.2. Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	41
3.2.1. Variabel Operasional	41
3.2.2. Skala Pengukuran	44
3.3. Tahapan Penelitian	45
3.4. Populasi dan Sampel	47
3.4.1. Populasi	47
3.4.2. Sampel	47
3.5. Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	50

3.5.1. Pengumpulan data	50
3.5.2. Sumber Data	50
3.6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	51
3.6.1. Uji Validitas	51
3.6.2. Uji Reliabilitas	52
3.7. Teknik Analisis Data.....	53
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	53
3.7.2. <i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	53
3.7.3. Uji Normalitas	54
3.7.4. <i>Structural Equation Model (SEM)</i>	55
3.7.5. <i>Partial Least Square (PLS)</i>	57
3.7.6. Evaluasi Model	58
3.7.7. <i>Goodness of Fit (GOF)</i>	60
3.7.8. Pengujian Hipotesis.....	62
BAB IV	63
HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN	63
4.1. Karakteristik Responden.....	63
4.1.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.1.2. Responden Berdasarkan Usia	64
4.1.3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	65
4.1.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
4.1.5. Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan.....	67
4.1.6. Responden Berdasarkan Domisili	67
4.1.7. Analisis Karakteristik Responden	69
4.2. Hasil Penelitian.....	76
4.2.1. Uji Normalitas	76
4.2.2. Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	77
4.2.3. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	84
4.2.4. Uji <i>Goodness of Fit (GOF)</i>	88

4.2.5. Pengujian Hipotesis.....	89
4.3. Analisis Jalur	90
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	92
4.4.1. Analisis Deskriptif.....	92
4.4.2. Pengaruh Online Customer Review terhadap Trust	93
4.4.3. Pengaruh Influencer Review terhadap Trust.....	93
4.4.4. Pengaruh <i>Trust</i> terhadap Minat Beli.....	94
4.4.5. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Minat Beli	94
4.4.6. Pengaruh <i>Influencer Review</i> terhadap Minat Beli	94
4.5. Analisis Manajerial	95
BAB V.....	96
KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1. Kesimpulan	96
5.2. Saran.....	97
5.2.1. Saran Bagi Perusahaan.....	97
5.2.2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN KUESIONER.....	106