

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian	12
1.4 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Electronic Word of Mouth (E-WOM)	15
2.1.2 Social Media TikTok	19
2.1.3 Brand Trust	20
2.1.4 Purchase Decision.....	23
2.1.5 Customer Satisfaction	24
2.3 Pengaruh Antar Variabel	31
2.3.1 Pengaruh E-WOM terhadap Brand Trust	31
2.3.2 Pengaruh Brand Trust dan Purchase Decision.....	32
2.3.3 Pengaruh Brand Trust dan Customer Satisfaction.....	33

2.4 Kerangka Pemikiran	34
2.5 Perumusan Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	36
3.1.1 Variabel Penelitian.....	36
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	37
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.3 Jenis dan Sumber Data	42
3.3.1 Data Primer	42
3.4 Metode Pengumpulan Data	43
3.4.1 Kuesioner (Angket).....	43
3.5 Metode Analisis Data	45
3.5.4 Memilih Jalur Input Matriks dan Estimasi Model yang Diusulkan.....	47
3.5.5 Menilai Identifikasi Model Struktural	48
3.5.7 Interpretasi dan Modifikasi Model	52
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	54
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	54
4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	55
4.1.2 Responden menurut Jenis Kelamin.....	56
4.1.5 Responden menurut Pendapatan.....	58
4.2 Structural Equation Modeling	59
4.2.1 Kecukupan Sampel	59
4.2.4 Uji Multikolinieritas.....	65
4.2.5 Uji Nilai Residual	67
4.2.6 Uji Construct Reliability	69
4.2.7 Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	70
4.2.8 Menguji Kriteria Goodness-Of-Fit	72
4.2.9 Interpretasi dan Modifikasi Model	77
4.2.10 Uji Hipotesis	78
4.2.11 Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect.....	80
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83

5.1.2 Implikasi Manajerial	87
5.3 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	97