

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan	19
1.3.1 Tujuan Penelitian	19
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	20
1.4 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II.....	23
2.1 Landasan Teori.....	23
2.1.1 Model Stimulus-Organism-Response (S-O-R)	23
2.1.2 S-commerce.....	24
2.1.3 Perbedaan di antara E-WOM (Social Media Influencer, Celebrity Endorsement, dan Customer Review).....	27
2.2 Variabel Penelitian	30
2.2.1 Minat Beli (<i>Purchase Intention</i>)	30
2.2.2 Social Media Influencer	31
2.2.3 Celebrity Endorsement.....	34
2.2.4 <i>Customer Review</i> (Ulasan Pelanggan)	38
2.2.5 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	40
2.3 Penelitian Terdahulu	42
2.4 Hubungan Variabel	47

2.4.1	Hubungan Social Media Influencer dengan Brand Image	47
2.4.2	Hubungan Celebrity Endorsement dengan Brand Image.....	48
2.4.3	Hubungan Customer Review dengan Brand Image.....	48
2.4.4	Hubungan Brand Image dengan Minat Beli.....	49
2.4.5	Hubungan Social Media Influencer dengan Minat Beli.....	51
2.4.6	Hubungan Celebrity Endorsement dengan Minat Beli	52
2.4.7	Hubungan Customer Review dengan Brand Image.....	53
2.5	Hipotesis.....	53
2.6	Model Penelitian Empirik	54
BAB III.....		56
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	56
3.1.1	Variabel Penelitian	56
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	57
3.2	Populasi dan Sampel	60
3.2.1	Populasi	60
3.2.2	Sampel.....	60
3.3	Jenis dan Sumber Data	62
3.3.1	Data Primer	62
3.3.2	Data Sekunder	63
3.4	Metode Pengumpulan Data	63
3.4.1	Kuesioner	63
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	67
3.5	Metode Analisis	67
3.5.1	Uji Validitas	67
3.5.2	Uji Realibilitas	68
3.5.3	Uji Hipotesis.....	68
BAB IV		74
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	74
4.1.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	74
4.1.2	Deskripsi Umum Responden.....	76
4.2	Analisis Deskriptif	77
4.3	Analisis Indeks	83
4.4	Analisis SEM	91
4.4.1	Uji Validitas	92

4.4.2	Uji Struktural.....	103
4.4.3	Uji Reliabilitas	108
4.4.4	Uji Normalitas	109
4.4.5	Uji Outlier	111
4.4.6	Uji Multikolinieritas	114
4.4.7	Uji Nilai Residual.....	116
4.5	Pengujian Hipotesis.....	118
4.5.1	Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect.....	118
4.5.2	Hasil Uji Hipotesis	120
4.6	Interpretasi Hasil	123
BAB V.....		130
5.1	Kesimpulan	130
5.2	Implikasi Teoritis	131
5.3	Implikasi Manajerial	133
5.4	Keterbatasan.....	136
5.5	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	136
DAFTAR PUSTAKA		138