

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Kesenjangan Penelitian	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.4.1 Tujuan Penelitian	10
1.4.2 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penelitian	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 <i>Intergroup Threat Theory</i>	15
2.1.2 <i>Balance Theory</i>	16
2.1.3 <i>Place Solidarity</i>	17
2.1.4 <i>Willingness to Buy</i>	18
2.1.5 <i>Word of Mouth (WOM)</i>	18
2.2 Pengaruh Setiap Variabel Independen terhadap Variabel Dependen	19
2.2.1 Pengaruh <i>Realistic</i> dan <i>Symbolic Threat</i> terhadap <i>Place Solidarity</i>	19
2.2.2 Pengaruh <i>Place Solidarity</i> terhadap <i>Willingness to Buy</i>	20
2.2.3 Pengaruh <i>Place Solidarity</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	21
2.3 Penelitian Terdahulu	22
2.4 Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III	26

METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	26
3.1.1 Variabel Penelitian	26
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel.....	32
3.2.3 Objek Penelitian	33
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	34
3.5 Metode Analisis	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Karakteristik Responden	39
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	39
4.1.2 Usia Responden.....	39
4.1.3 Pendapatan Rata-Rata per Bulan Responden.....	40
4.2 Analisis Data	40
4.2.1 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	40
4.2.2 Analisis Full Model SEM.....	45
4.3 Interpretasi Hasil	57
4.3.1 Pengaruh <i>Realistic Threat</i> terhadap <i>Place Solidarity</i>	57
4.3.2 Pengaruh <i>Symbolic Threat</i> terhadap <i>Place Solidarity</i>	58
4.3.3 Pengaruh <i>Place Solidarity</i> terhadap <i>Willingness to Buy</i>	59
4.3.4 Pengaruh <i>Place Solidarity</i> terhadap <i>Positive Word-of-Mouth</i>	60
4.3.5 Pengaruh <i>Place Solidarity</i> terhadap <i>Negative Word-of-Mouth</i>	60
4.3.6 Peran <i>Place Solidarity</i> sebagai Variabel Mediasi	61
BAB V PENUTUP.....	63
5.1 Simpulan	63
5.2 Implikasi Teoritis	65
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	68
5.5 Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	74