

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 ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	19
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	19
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	19
1.4 Sistematika Penelitian	20
BAB II Tinjauan Pustaka	22
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	22
2.1.1 Teori <i>Stimulus–Organism–Response</i> (S-O-R).....	22
2.1.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM).....	25
2.1.3 <i>Perceived Quality</i>	27
2.1.4 <i>Brand Trust</i>	30
2.1.5 <i>Purchase Intention</i>	34

2.2 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis Penelitian	39
2.2.1 Hubungan antara <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) dan <i>Brand Trust</i> .	39
2.2.2 Hubungan antara <i>Perceived Quality</i> dan <i>Brand Trust</i>	40
2.2.3 Hubungan antara <i>Brand Trust</i> dan <i>Purchase Intention</i>	41
2.2.4 Hubungan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) dan <i>Purchase Intention</i>	42
2.2.5 Hubungan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Perceived Quality</i> dan <i>Purchase Intention</i>	44
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	47
3.1.1 Variabel Penelitian	47
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	49
3.2 Populasi dan Sampel	51
3.2.1 Populasi.....	51
3.2.2 Sampel.....	52
3.3 Jenis dan Sumber Data	53
3.3.1 Jenis Data	53
3.3.2 Sumber Data.....	54
3.4 Metode Pengumpulan Data	54
3.5 Metode Analisis Data	56
3.5.1 Uji Instrumen	57
3.5.2 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	59
3.5.3 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	62
3.5.4 Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	64
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	66
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	66
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	66
4.1.2 Deskripsi Umum Responden	68
4.1.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.1.4 Responden Berdasarkan Usia.....	69
4.1.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
4.1.6 Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	71

4.2	Analisis Data	72
4.2.1	Analisis Uji Instrumen.....	72
4.3	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	74
4.3.1	Uji Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>).....	74
4.3.2	Uji Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>).....	76
4.3.3	Uji Reliabilitas	79
4.4	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	80
4.4.1	<i>Variance Inflation Factor</i> (VIF).....	80
4.4.2	Nilai <i>R-Square</i>	80
4.4.3	Nilai <i>F-Square</i>	81
4.4.5	Nilai SRMR.....	82
4.4.6	Pengujian Hipotesis.....	83
4.4.7	Perbandingan RMSE dan MAE (Model PLS dan LM)	88
4.5	Interpretasi Hasil Penelitian	89
BAB V PENUTUP.....		94
5.1	Kesimpulan	94
5.1.1	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	94
5.1.2	Implikasi Teoritis.....	97
5.1.3	Implikasi Manajerial	100
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	103
5.3	Saran Bagi Penelitian Mendatang.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....		105

