

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.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	16
1.4 Sistematika Penulisan	17
BAB II TELAAH PUSTAKA	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 <i>E-Commerce</i>	19
2.1.2 <i>Elaboration Likelihood Model (ELM)</i>	22
2.1.3 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	26
2.1.4 <i>Brand Image</i>	28
2.1.5 <i>Brand Trust</i>	31
2.1.6 <i>Purchase Intention</i>	33
2.1.7 <i>Purchase Decision</i>	35
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Hubungan antar Variabel.....	51
2.3.1 <i>Brand Image dan Purchase Intention</i>	51
2.3.2 <i>E-WOM dan Purchase Intention</i>	53

2.3.3 <i>Brand Trust</i> dan <i>Purchase Intention</i>	55
2.3.4 <i>Brand Image</i> dan <i>Purchase Decision</i>	56
2.3.5 <i>Brand Trust</i> dan <i>Purchase Decision</i>	59
2.3.6 <i>Purchase Intention</i> dan <i>Purchase Decision</i>	61
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	62
2.5 Hipotesis	63
BAB III METODE PENELITIAN.....	65
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	65
3.1.1 Variabel Penelitian	65
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	66
3.2 Populasi dan Sampel	70
3.3 Jenis dan Sumber Data	70
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	72
3.4.1 Kuesioner (Angket)	72
3.4.2 Studi Kepustakaan.....	73
3.5 Metode Analisis	73
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	82
4.1 Gambaran Objek Penelitian	82
4.1.1 Gambaran Umum Responden	82
4.1.2 Responden menurut Usia	83
4.1.3 Responden menurut Pekerjaan	83
4.1.4 Responden menurut Pengeluaran	84
4.2 Analisis Deskriptif	85
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	85
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel E-WOM	86
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i>	87
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	88
4.2.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i>	89
4.3 <i>Structural Equation Modeling</i>	90
4.3.1 Kecukupan Sampel.....	90
4.3.2 Uji Normalitas	91
4.3.3 Uji Outlier.....	92
4.3.4 Uji Multikolinearitas	92

4.3.5 Uji Nilai Residual.....	93
4.3.6 Uji <i>Construct Reliability</i>	94
4.3.7 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	95
4.3.7 Menguji Kriteria <i>Goodness-Of-Fit</i>	97
4.3.6 Uji Hipotesis.....	99
4.3.7 Analisis <i>Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect</i>	102
4.4 Pembahasan.....	104
BAB V PENUTUP.....	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.1.1 Implikasi Teoritis.....	111
5.1.2 Implikasi Manajerial.....	113
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	115
5.3 Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA.....	117
LAMPIRAN.....	125