

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Latar Belakang Teori.....	12
B. Kerangka Teori Dan Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Waktu dan Tempat Penelitian	36
B. Desain Penelitian	37

C.	Populasi dan Sampel	39
D.	Penyusunan Instrumen	40
E.	Teknik Pengumpulan Data	44
F.	Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		63
A.	Deskripsi Data	63
B.	Hasil.....	74
C.	Pembahasan	88
BAB V PENUTUP.....		91
A.	Kesimpulan.....	91
B.	Implikasi	92
C.	Keterbatasan Penelitian	94
D.	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	95
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN-LAMPIRAN		100

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Negara Dengan Jumlah Pengguna Internet Tertinggi	3
Tabel 1. 2 Pengunjung Terbanyak <i>E-commerce</i> Indonesia pada Kuartal IV 2020. 5	5
Tabel 1. 3 Media mendapatkan informasi mengenai produk.....	7
Tabel 1. 4 Alasan berniat membeli produk pada <i>e-commerce</i> Shopee	7
Tabel 1. 5 Kepercayaan terhadap <i>e-commerce</i> Shopee.....	9
Tabel 2. 1 Matriks Hasil Penelitian yang Relevan.....	27
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbandingan Jurnal.....	28
Tabel 3. 1 Indikator eWOM.....	41
Tabel 3. 2 Indikator Trust	42
Tabel 3. 3 Indikator Purchase Intention	43
Tabel 3. 4 Skala Pengukuran Likert Genap	44
Tabel 3. 5 Nilai Loading Significant EFA berdasarkan Jumlah Sampel	46
Tabel 3. 6 Goodnes of Fit Indices	50
Tabel 3. 7 Domisili Pengguna Shopee	52
Tabel 3. 8 Jenis Kelamin Pengguna Shopee	53
Tabel 3. 9 Usia Pengguna Shopee.....	54
Tabel 3. 10 Status Pekerjaan Pengguna Shopee	54
Tabel 3. 11 Pendidikan Pengguna Shopee	55
Tabel 3. 12 Status Pernikahan Pengguna Shopee	56
Tabel 3. 13 Hasil MSA dan <i>Bartlett's Test</i> Variabel eWOM	57
Tabel 3. 14 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel eWOM.....	57

Tabel 3. 15 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	58
Tabel 3. 16 Hasil MSA dan <i>Bartlett's Test</i> Variabel <i>Trust</i>	59
Tabel 3. 17 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel <i>Trust</i>	59
Tabel 3. 18 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel <i>Trust</i>	60
Tabel 3. 19 Hasil MSA dan <i>Bartlett's Test</i> Variabel <i>Purchase Intention</i>	61
Tabel 3. 20 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel <i>Purchase Intention</i>	61
Tabel 3. 21 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel <i>Purchase Intention</i>	62
Tabel 4. 1 Domisili Pengguna Shopee	63
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Pengguna Shopee	64
Tabel 4. 3 Usia Pengguna Shopee.....	64
Tabel 4. 4 Status Pekerjaan Pengguna Shopee.....	65
Tabel 4. 5 Pendidikan Pengguna Shopee	66
Tabel 4. 6 Status Pernikahan Pengguna Shopee	67
Tabel 4. 7 Statistika Deskriptif Variabel eWOM.....	69
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel eWOM.....	69
Tabel 4. 9 Statistika Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	71
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Trust</i>	71
Tabel 4. 11 Statistika Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	72

Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Purchase Intention</i>	72
Tabel 4. 13 Hasil MSA dan <i>Bartlett's Test</i> Variabel eWOM	74
Tabel 4. 14 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel eWOM.....	74
Tabel 4. 15 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel eWOM	75
Tabel 4. 16 Hasil MSA dan <i>Bartlett's Test</i> Variabel <i>Trust</i>	75
Tabel 4. 17 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel <i>Trust</i>	76
Tabel 4. 18 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel <i>Trust</i>	77
Tabel 4. 19 Hasil MSA dan <i>Bartlett's Test</i>	77
Tabel 4. 20 Hasil <i>Eigenvalues</i> Variabel <i>Purchase Intention</i>	78
Tabel 4. 21 Hasil <i>Factor Loading</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel <i>Purchase Intention</i>	78
Tabel 4. 22 Jumlah Indikator pada CFA	81
Tabel 4. 23 Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit Full Model</i>	81
Tabel 4. 24 Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit Full Model</i>	82
Tabel 4. 25 <i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	83
Tabel 4. 26 <i>Standardized Regression Weights</i>	84
Tabel 4. 27 Koefisien Jalur dan <i>Standar Error</i>	84
Tabel 4. 28 Hasil Pengujian Variabel <i>Intervening</i>	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Dunia per Januari 2021	2
Gambar 3. 1 Konstelasi hubungan antar variabel	38
Gambar 4. 1 Grafik Domisili Pengguna Shopee	63
Gambar 4. 2 Grafik Jenis Kelamin Pengguna Shopee	64
Gambar 4. 3 Grafik Usia Pengguna Shopee.....	65
Gambar 4. 4 Grafik Status Pekerjaan Pengguna Shopee	66
Gambar 4. 5 Grafik Pendidikan Pengguna Shopee.....	67
Gambar 4. 6 Grafik Status Pernikahan Pengguna Shopee	68
Gambar 4. 7 <i>Output Confirmatory Factor Analysis Full Model</i>	80
Gambar 4. 8 <i>Output Confirmatory Factor Analysis Fit Model</i>	82
Gambar 4. 9 <i>Output Hasil Pengujian Hipotesis</i>	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form Konsultasi Skripsi	100
Lampiran 2 Form dan Saran Perbaikan Sidang Skripsi	101
Lampiran 3 Kuesioner Survei Awal Penelitian.....	102
Lampiran 4 Kuesioner <i>Pilot Study</i> dan Penelitian (Final)	106
Lampiran 5 Jawaban Pertanyaan Responden <i>Pilot Study</i>	114
Lampiran 6 Hasil <i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA) <i>Pilot Study</i>	115
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pilot Study</i>	117
Lampiran 8 Data Responden <i>Pilot Study</i>	119
Lampiran 9 Jawaban Pertanyaan Responden Kuesioner Final	121
Lampiran 10 Hasil <i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA) Final.....	126
Lampiran 11 Hasil Uji Reliabilitas Final	129
Lampiran 12 Hasil Confirmatory Factor Analysis (CFA) Model Awal	130
Lampiran 13 Hasil Confirmatory Factor Analysis (CFA) Fit Model	131
Lampiran 14 Hasil Pengujian Hipotesis.....	133
Lampiran 15 Data Responden Final.....	135