

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Kebaruan Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Teori Pendukung.....	11
1) <i>Online Purchase Intention (Y)</i> .....	11
2) <i>Electronic Word Of Mouth (X1)</i> .....	13
3) <i>Celebrity Endorser (X2)</i> .....	16
2.2 Hasil penelitian yang relevan.....	18
2.3 Kerangka Teori dan Hipotesis.....	27
1) Kerangka Teoritik .....	27
2) Perumusan Hipotesis.....	29

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Waktu dan Tempat penelitian .....	30
1) Waktu Penelitian.....	30
2) Tempat Penelitian .....	30
3.2 Desain Penelitian .....	30
1) Metode .....	30
2) Konstelasi Pengaruh Hubungan Antar Variabel .....	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	32
1) Populasi.....	32
2) Sampel.....	32
3.4 Pengembangan Instrumen .....	33
1) <i>Electronic Word Of Mouth (X1)</i> .....	33
2) <i>Celebrity Endorser (X2)</i> .....	39
3) <i>Online Purchase Intention (Y)</i> .....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6 Teknik Analisis Data.....	49
1) Uji Persyaratan Analisis.....	49
2) Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	50
3) Uji Hipotesis .....	50
4) Analisis Korelasi .....	51
5) Perhitungan Koefisien Determinasi .....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Deskripsi Data.....	52
1) Profil Responden.....	52
2) Profil data.....	55
4.2 Analisis Data.....	70
1) Uji Persyaratan Analisis.....	70
2) Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	73
3) Pengujian Hipotesis Penelitian.....	75
4) Pengujian Analisis Korelasi dan Determinasi .....	76
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	78
1) <i>Elektronik Word of Mouth</i> terhadap <i>Online Purchase Intention</i> .....	78
2) <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Online Purchase Intention</i> .....	79
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>80</b>

5.1	Kesimpulan .....	80
5.2	Implikasi .....	80
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	82
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>84</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>		<b>88</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>		<b>141</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Dunia.....	1
Gambar 1. 2 Aplikasi Top 5 di Indonesia dan Asia Tenggara.....	2
Gambar 1. 3 Merketplace yang sering digunakan oleh masyarakat DKI Jakarta ...	3
Gambar 1. 4 Hasil Survei Awal Unilever Pada Masyarakat DKI Jakarta .....	4
Gambar 1. 5 Faktor yang Membuat Responden Niat Untuk Berbelanja Online ....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Hipotesis .....	29
Gambar 4. 1 Grafik Histogram Electronic word of mouth .....	58
Gambar 4. 2 Grafik Histogram Celebrity Endorser .....	63
Gambar 4. 3 Grafik Histogram Online Purchase Intention.....	68
Gambar 4. 4 Pengujian Normalitas X1 terhadap Y.....	71
Gambar 4. 5 Pengujian Normalitas X2 terhadap Y.....	71

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produk Perawatan Tubuh Unilever .....	5
Tabel 2. 1 Matriks Hasil Penelitian yang Relevan .....	21
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbandingan Jurnal .....	23
Tabel 3. 1 <i>Kisi-kisi Instrumen Electronic Word Of Mouth</i> .....	34
Tabel 3. 2 Skala Penilaian Instrumen.....	35
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Electronic Word of Mouth .....	37
Tabel 3. 4 Kisi-kisi Instrumen Celebrity Endorser .....	39
Tabel 3. 5 Skala Penilaian Instrumen.....	41
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i> .....	42
Tabel 3. 7 Kisi-kisi Instrumen <i>Online Purchase Intention</i> .....	45
Tabel 3. 8 Skala Penilaian Instrumen.....	46
Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas <i>Online Puchase Intention</i> .....	47
Tabel 4. 1 Sebaran Wilayah Domisili Responden .....	52
Tabel 4. 2 Sebaran Usia Responden.....	53
Tabel 4. 3 Sebaran Jenis Kelamin Responden .....	53
Tabel 4. 4 Sebaran Pendidikan Terakhir Responden .....	54
Tabel 4. 5 Sebaran Pekerjaan Responden .....	54
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif <i>Electronic word of mouth</i> (X1).....	56
Tabel 4. 7 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Electronic word of mouth</i> .....	57
Tabel 4. 8 Rata-rata Hitung Skor Indikator <i>Electronic word of mouth</i> .....	59
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif <i>Celebrity Endorser</i> .....	61
Tabel 4. 10 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	62
Tabel 4. 11 Rata-rata Hitung Skor Indikator <i>celebrity endorser</i> .....	64
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif <i>Online Purchase Intention</i> .....	66
Tabel 4. 13 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel <i>Celebrity Endorser</i> .....	67
Tabel 4. 14 Rata-rata Hitung Skor Indikator <i>Online Purchase Intention</i> .....	69
Tabel 4. 15 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	70

Tabel 4. 16 Pengujian Linearitas Electronic Word of Mouth (X1) ANOVA Table .....	72
Tabel 4. 17 Pengujian Linearitas Celebrity Endorser (X2) ANOVA Table .....	73
Tabel 4. 18 Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	74
Tabel 4. 19 Tabel 4. 20 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	75
Tabel 4. 20 Koefisien Korelasi dan Determinasi Electronic Word of Mouth.....	77
Tabel 4. 21 Koefisien Korelasi dan Determinasi <i>Celebrity Endorser</i> .....	77



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1- Kuesioner Awal.....	88
Lampiran 2- Form Konsultasi Skripsi.....	91
Lampiran 3- Form Saran dan Perbaikan Skripsi.....	92
Lampiran 4- Kuesioner Awal.....	93
Lampiran 5- Uji Coba Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 6- Hasil Uji Coba Kuesioner Penelitian dan Uji Validitas.....	101
Lampiran 7- Uji Reliabilitas Kuesioner Uji Coba Penelitian.....	104
Lampiran 8-Kuesioner Uji Final.....	108
Lampiran 9- Tabulasi Data Uji Final <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	113
Lampiran 10- Tabulasi Data Uji Final <i>Celebrity Endorser</i> .....	120
Lampiran 11- Tabulasi Data Uji Final <i>Online Purchase Intention</i> .....	125
Lampiran 12- Deskripsi Data <i>Electronic Word Of Mouth (X1)</i> .....	130
Lampiran 13- Deskripsi Data <i>Celebrity Endorser (X2)</i> .....	131
Lampiran 14- Deskripsi Data <i>Online Purchase Intention (Y)</i> .....	132
Lampiran 15- Hasil Output SPSS Uji Normalitas.....	133
Lampiran 16- Uji Linearitas.....	135
Lampiran 17-Uji Regresi Sederhana.....	136
Lampiran 18-Uji t.....	137
Lampiran 19- Perhitungan Koefisien Determinasi.....	138
Lampiran 20- Nilai-nilai $r$ Product Moment.....	139
Lampiran 21-Tabel Distribusi t.....	140