

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1. Teori Pendukung.....	17

A. Komunikasi Pemasaran.....	17
B. <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	21
C. Sikap Merek	25
D. Intensi Pembelian.....	28
2.2 Teori Pendukung dan Pengembangan Hipotesis.....	30
A. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Intensi Pembelian	30
B. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Sikap Merek	32
C. Sikap Merek dan Intensi Pembelian.....	33
D. Mediasi Sikap Merek	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
A. Waktu Penelitian.....	37
B. Tempat Penelitian	37
3.2 Desain Penelitian	37
A. Metode	37
B. Konstelasi Hubungan Antar Variabel	38
3.3 Populasi dan Sampel	39
A. Populasi	39

B. Sampel	39
3.4 Pengembangan Instrumen.....	39
A. <i>Electronic Word of Mouth</i> atau <i>e-WOM</i> (Variabel X)	40
B. Sikap Merek (Variabel Z).....	45
C. Intensi Pembelian (Variabel Y)	48
D. Skala Pengukuran	52
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6 Teknik Analisis Data.....	53
A. Uji Persyaratan Analisis	54
B. Mencari Persamaan Path Analysis	55
C. Uji Sobel.....	58
D. Uji Koefisien	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Deskriptif Data.....	63
A. Profil Responden	63
B. Profil Data	66
C. Analisis Data	85
D. Pembahasan.....	108

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN REKOMENDASI UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA.....	115
5.1 Kesimpulan	115
5.2 Implikasi	116
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	117
5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya	118
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	126



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nominal transaksi e-commerce tahun 2017-2020.....	3
Gambar 1.2 Diagram pengunjung bulanan e-commerce pada kuartal III tahun 2020.....	5
Gambar 1.3 Presentase masyarakat yang mengetahui platform Sociolla	6
Gambar 1.4 Alasan masyarakat belum mengetahui platform Sociolla.....	7
Gambar 1.5 Presentase konsumen yang melihat ulasan sebelum membeli produk	9
Gambar 1.6 Beauty Journal (bagian untuk melihat ulasan dari pengguna lainnya)	10
Gambar 1.7: Faktor-faktor yang membuat konsumen tertarik membeli produk	11
Gambar 1.8: Beauty Journal (bagian untuk memberikan ulasan ke pengguna lainnya)	12
Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	35
Gambar 3.1 Konstelasi X (EWOM) terhadap Z (Intensi Pembelian) dengan mediasi Y (Sikap Merek)	38
Gambar 4.1 Grafik Histogram Electronic Word of Mouth.....	70
Gambar 4.2 Grafik Histogram Sikap Merek.....	76

Gambar 4.3 Grafik Histogram Intensi Pembelian.....82

Gambar 4.4 Hasil Uji Normal Probability Plot Sumber : Data diolah menggunakan SPSS v.2186

Gambar 4.5 Diagram Jalur Hubungan Kausal Empiris Electronic Word of Mouth Terhadap Intensi Pembelian Melalui Sikap Merek100



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sepuluh lokasi gerai toko Sociolla di lima kota besar Indonesia	6
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen e-WOM.....	41
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Sikap Merek	47
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Intensi Pembelian	49
Tabel 3.4 Skala Penilaian Instrumen.....	52
Tabel 3.5 Interpretasi Tingkat Korelasi	61
Tabel 4.1 Domisili Responden.....	63
Tabel 4.2 Usia Responden.....	64
Tabel 4.3 Profesi Responden	64
Tabel 4.4 Pendidikan Responden	65
Tabel 4.5 Status Pernikahan Responden	65
Tabel 4.6 Deskripsi Data Electronic Word of Mouth (e-WOM)	68
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Electronic Word of Mouth (e-WOM).....	69
Tabel 4.8 Distribusi Rata-Rata Perhitungan e-WOM.....	71
Tabel 4.9 Deskripsi Data Sikap Merek (SM).....	74
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Sikap Merek (SM).....	75

Tabel 4.11 Distribusi Rata-Rata Perhitungan Sikap Merek	77
Tabel 4.12 Deskripsi Data Intensi Pembelian (IP)	79
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Intensi Pembelian (IP)	81
Tabel 4.14 Distribusi Rata-Rata Perhitungan Intensi Pembelian	83
Tabel 4.15 Uji Normalitas Data	85
Tabel 4.16 Uji Linearitas Electronic Word of Mouth (e-WOM) terhadap Intensi Pembelian (IP)	87
Tabel 4.17 Uji Linearitas Electronic Word of Mouth (e-WOM) terhadap Sikap Merek (SM)	88
Tabel 4.18 Uji Linearitas Sikap Merek (SM) terhadap Intensi Pembelian (IP)	89
Tabel 4.19 Rekapitulasi Uji Linearitas	90
Tabel 4.20 Coefficients eWOM terhadap IP Coefficients ^a	90
Tabel 4.21 Coefficients eWOM terhadap SM Coefficients ^a	92
Tabel 4.22 Coefficients SM terhadap IP Coefficients ^a	93
Tabel 4.23 Electronic Word of Mouth (e-WOM) terhadap Intensi Pembelian (IP) melalui Sikap Merek (SM)	94

Tabel 4.24 Koefisien Jalur Electronic Word of Mouth (eWOM) terhadap Intensi Pembelian (IP) melalui Sikap Merek (SM) Coefficients ^a	95
Tabel 4.25 Koefisien Determinasi Electronic Word of Mouth (e-WOM) terhadap Intensi Pembelian (IP) melalui Sikap Merek (SM).....	97
Tabel 4.26 Rangkuman Dekomposisi Koefisien Jalur	99
Tabel 4.27 Electronic Word of Mouth (e-WOM), Sikap Merek (SM) dan Intensi Pembelian (IP).....	102
Tabel 4.28 Uji Koefisien Determinasi Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap Intensi Pembelian (IP)	104
Tabel 4.29 Uji Koefisien Determinasi Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap Sikap Merek (SM).....	105
Tabel 4.30 Uji Koefisien Determinasi Sikap Merek (SM) Terhadap Intensi Pembelian (IP)	106
Tabel 4.31 Uji Koefisien Determinasi	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Form Konsultasi Skripsi	126
Lampiran 2 - Kuesioner Survei awal.....	127
Lampiran 3 – Uji Coba Kuesioner Penelitian	131
Lampiran 4 – Hasil Uji Coba Kuesioner Penelitian dan Uji Validitas.....	135
Lampiran 5 – Uji Reabilitas Kuesioner Uji Coba Penelitian	138
Lampiran 6 – Kuesioner Uji Final.....	141
Lampiran 7 – Tabulasi Data Uji Final Intensi Pembelian (Y).....	145
Lampiran 8 – Tabulasi Data Uji Final Electronic Word of Mouth (X)	150
Lampiran 9 – Tabulasi Data Uji Final Sikap Merek (Z).....	157
Lampiran 10 – Deskripsi Data Intensi Pembelian	163
Lampiran 11 – Deskripsi Data Electronic Word of Mouth	165
Lampiran 12 – Deskripsi Data Sikap Merek	165
Lampiran 13 – Hasil Output SPSS Uji Normalitas	166
Lampiran 14 – Hasil Output SPSS Uji Linearitas	167
Lampiran 15 – Hasil Output SPSS Uji Analisis Jalur	168
Lampiran 16 – Hasil Output SPSS Uji Analisis Jalur	169

Lampiran 17 – Hasil Output SPSS Uji Koefisien Korelasi	170
Lampiran 18 – Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi	171
Lampiran 19 – T Tabel df.....	172
Lampiran 20 – Form Perbaikan dan Saran Skripsi.....	173
Lampiran 21 – Daftar Riwayat Hidup	174

