

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN ... ..</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	8
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	8
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat .....	8
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu .....	8
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
1.5.1 Bagi Peneliti .....	9
1.5.2 Bagi Perusahaan.....	9
1.5.3 Bagi Institusi .....	9
1.6 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Pemasaran .....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.2. Electronic Word of Mouth .....	13

2.2.1	Pengertian electronic word of mouth .....	13
2.2.2	Dimensi electronic word of mouth.....	14
2.3	Minat Beli .....	15
2.3.1	Pengertian minat beli .....	15
2.3.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli .....	16
2.3.3	Indikator minat beli.....	17
2.4	Brand Image .....	17
2.4.1	Pengertian brand image .....	17
2.4.2	Indikator pengukuran brand image.....	17
2.5	Penelitian Terdahulu .....	18
2.6	Kerangka Pikir .....	19
2.7	Hipotesis.....	19

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Jenis Penelitian.....	21
3.2	Sumber Data.....	21
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	22
3.4	Populasi dan Sampel .....	22
3.4.1	Populasi.....	22
3.4.2	Sampel.....	23
3.5	Variabel Penelitian.....	24
3.5.1	Variabel independen .....	24
3.5.2	Variabel dependen.....	24
3.6	Definisi Operasional variabel .....	25
3.7	Uji Persyaratan Instrumen.....	26
3.7.1	Uji Validitas .....	26
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	27
3.8	Metode Analisis Data.....	28
3.8.1	SEM <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	28

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Deskripsi Data .....	33
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	33
4.2	Pengujian Persyaratan analisis.....	34
4.2.1	Pengujian Model Pengukuran (outer model) .....	35
4.2.1.1	Uji Validitas.....	35
4.2.1.2	Uji Reliabilitas konstruk.....	37
4.2.1.3	Pengujian Model Struktural ( Inner Model ) .....	38
4.3	Pengujian Hipotesis.....	39
4.4	Pembahasan.....	40

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	43
-----	------------------	----

5.2 Keterbatasan penelitian .....	44
5.3 Saran.....	44

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

### **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Penjualan Bulanan Shopee .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1 Instrumen Skala Interval .....	22
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabe.....	25
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai R.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform .....	34
Tabel 4.4 Result For Outer Loding .....	36
Tabel 4.5 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	38
Tabel 4.6 Nilai R Square .....	38
Tabel 4.7 Path Coefficient .....	39

### **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Model Struktural .....	35
Gambar 4.2 Nilai Loading Factor .....	37

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Lampiran 3 Hasil Jawaban Kuisisioner

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 Hasil Uji R Square dan Uji Hipotesis