

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Pernyataan Bebas Plagiarisme	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pengesahan Ujian.....	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Mafaat Penelitian.....	10
BAB II: KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 <i>Theory of Acceptance Model (TRA)</i>	11
2.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	11
2.3 <i>Information Adoption Model (IAM)</i>	12
2.4 <i>Electronic Word of Mouth</i>	13
2.4.1 Kegunaan eWOM.....	14
2.4.2 Kredibilitas eWOM.....	15

2.4.3	Adopsi eWOM	17
2.5	Niat Beli	18
2.6	Kerangka Penelitian	20
BAB III: METODE PENELITIAN		21
3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	21
3.1.1	<i>Electronic Word of Mouth</i>	21
3.1.2	Niat Beli	23
3.2	Populasi dan Sampel	24
3.3	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	25
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	26
3.5	Metode Analisis Data	27
3.5.1	Analisis Deskriptif	27
3.5.2	Teknik Analisis Data	27
3.5.3	Uji Hipotesis	35
BAB IV: ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Analisis Deskripsi Responden	36
4.1.1	Jenis Kelamin	37
4.1.2	Usia	37
4.1.3	Pekerjaan	38
4.1.4	Intensitas Penggunaan Sosial Media	39
4.2	Penilaian Responden Terhadap Variabel	40
4.2.1	Variabel Kegunaan eWOM	41
4.2.2	Variabel Kredibilitas eWOM	42

4.2.3	Variabel Adopsi eWOM.....	43
4.2.4	Variabel Niat Beli.....	44
4.3	Uji Kualitas Data.....	45
4.4	Analisis Faktor Konfirmantori	49
4.5	Analisis Data SEM.....	50
4.6	Pembahasan	59
4.6.1	Pengaruh Kegunaan eWOM Terhadap Niat Beli.....	59
4.6.2	Pengaruh Kegunaan eWOM Terhadap Adopsi eWOM.....	59
4.6.3	Pengaruh Kredibilitas eWOM Terhadap Adopsi eWOM.....	60
4.6.4	Pengaruh Kredibilitas eWOM Terhadap Niat Beli.....	60
4.6.5	Pengaruh Adopsi eWOM Terhadap Niat Beli.....	61
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN		62
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN.....		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Persentase Pengguna Sosial Media di Indonesia	2
Tabel 1.2	Lima Vendor Smartphone Teratas di Indonesia pada Kuartal IV 2018	8
Tabel 3.1	Uji Validitas Kuisisioner	26
Tabel 3.2	Uji Reliabilitas Kuisisioner.....	27
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 4.2	Usia Responden.....	37
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden	38
Tabel 4.4	Intensitas Penggunaan Sosial Media Responden	39
Tabel 4.5	Kegunaan eWOM	41
Tabel 4.6	Kredibilitas eWOM.....	42
Tabel 4.7	Adopsi eWOM	43
Tabel 4.8	Niat Beli	44
Tabel 4.9	Uji Normalitas Data	45
Tabel 4.10	Uji Outlier	46
Tabel 4.11	Uji Validitas dan Reliabilitas Data	50
Tabel 4.12	<i>Computation of Degrees Freedom</i>	53
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Goodness of Fit Indeks</i>	53
Tabel 4.14	Hasil Uji Hipotesis	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	20
Gambar 4.1 Gambar Diagram Jalur	51
Gambar 4.2 Gambar Model Persamaan Struktural	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	66
Lampiran 2 Data dengan 50 Responden	70
Lampiran 3 Uji Validitas Kuisisioner	74
Lampiran 4 Uji Reliabilitas Kuisisioner	76
Lampiran 5 Data.....	78
Lampiran 6 Statistik Dekriptif	85
Lampiran 7 Uji Kualitas Data	86
Lampiran 8 Uji Validitas Data	90
Lampiran 9 Model Penelitian.....	91
Lampiran 10 Degree of freedom.....	92
Lampiran 11 Model Fit	92
Lampiran 12 Uji Hipotesis.....	93

