

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Lingkup Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI.....	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Getok Tular Daring Positif.....	13
2.1.2 Citra Merek	17
2.1.3 Niat Beli	18
2.2 Kajian Pendapat Para Ahli.....	19
2.3 Penelitian Terdahulu.....	21
2.4 Perumusan Hipotesis	21
2.4.1 Pengaruh Getok Tular Daring Positif Pada Niat Beli	21
2.4.2 Pengaruh Getok Tular Daring Positif Pada Citra Merek	22
2.4.3 Pengaruh Citra Merek Pada Niat Beli	23
2.4.4 Pengaruh Getok Tular Daring Positif Pada Niat Beli Melalui Citra Merek	23

2.5	Model Penelitian.....	24
BAB III.....		26
METODE PENELITIAN.....		26
3.1	Desain Penelitian.....	26
3.2	Populasi dan Sampel.....	26
3.3	Metode Pengumpulan Data	28
3.4	Definisi Operasional.....	29
3.4.1	Getok Tular Daring Positif.....	29
3.4.2	Citra Merek	31
3.4.3	Niat Beli	33
3.5	Uji Instrumen Penelitian.....	34
3.5.1	Uji Validitas	34
3.5.2	Uji Reliabilitas	35
3.5.3	Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	35
3.6	Metode Analisis Data	36
3.6.1	Analisis Deskriptif	36
3.6.2	Uji Hipotesis.....	37
BAB IV		38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Hasil Pengumpulan Data	38
4.2	Profil Responden	38
4.3	Hasil Uji Instrumen	42
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	42
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	44
4.4	Statistik Deskriptif.....	45
4.4.1	Nilai Rerata Getok Tular Daring Positif	48
4.4.2	Nilai Rerata Citra Merek.....	49
4.4.3	Nilai Rerata Niat Beli.....	51
4.5	Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	52
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis.....	55

4.6.1	Uji Hipotesis Pertama	56
4.6.2	Uji Hipotesis Kedua	56
4.6.3	Uji Hipotesis Ketiga	57
4.6.4	Uji Hipotesis Keempat	58
4.7	Pembahasan	59
4.7.1	Hasil Uji Pengaruh Getok Tular Daring Positif Pada Niat beli	61
4.7.2	Hasil Uji Pengaruh Getok Tular Daring Positif Pada Citra Merek	62
4.7.3	Hasil Uji Pengaruh Citra Merek Pada Niat Beli	63
4.7.4	Hasil Uji Pengaruh Getok Tular Daring Positif Pada Niat Beli Melalui Variabel Mediasi Citra Merek	64
BAB V	66
SIMPULAN DAN SARAN	66
5.1	Simpulan	66
5.2	Implikasi	67
5.2.1	Implikasi Teoritis	67
5.2.2	Implikasi Manajerial	67
5.3	Keterbatasan Penelitian	70
5.4	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	70
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1: Instrumen Pengukuran Variabel Getok Tular Daring Positif	30
Tabel 3.2: Instrumen Pengukuran Variabel Citra Merek	32
Tabel 3.3: Instrumen Pengukuran Variabel Niat Beli	33
Tabel 4.1: Profil Responden	38
Tabel 4.2: Hasil Pengujian KMO dan Barlett's Test	42
Tabel 4.3: Hasil Pengujian Validitas	43
Tabel 4.4: Hasil Pengujian Reliabilitas	45
Tabel 4.5: Interval Rerata Variabel	46
Tabel 4.6: Hasil Statistik Deskriptif	47
Tabel 4.7: Hasil Rerata Getok Tular Daring Positif	48
Tabel 4.8: Hasil Rerata Citra Merek.....	50
Tabel 4.9: Hasil Rerata Niat Beli.....	51
Tabel 4.10: Hasil Uji Ketepatan Model Tahap Pertama.....	52
Tabel 4.11: Hasil Uji Ketepatan Model Tahap Kedua.....	53
Tabel 4.12: Hasil Uji Ketepatan Model Tahap Ketiga.....	53
Tabel 4.13: Hasil Uji Ketepatan Model Tahap Keempat	54
Tabel 4.14: Hasil Uji Hipotesis Regresi	55
Tabel 4.15: Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Perbandingan Tren Sepeda Selama Pandemi di Indonesia	4
Gambar 1.2: Penjualan Sepeda di Indonesia	4
Gambar 2.1: Model Penelitian	25
Gambar 4.1: Hasil Perhitungan Analisis Penelitian	60