

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Pertanyaan Penelitian	19
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Manfaat Penelitian	20
1.5.1 Manfaat Manajerial	20
1.5.2 Manfaat Akademisi	20
1.6 Lingkup Penelitian	20
BAB II LANDASAN TEORI	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	22
2.1.2 Electronic Word of Mouth	24
2.1.3 Kredibilitas	26
2.1.4 Kredibilitas eWOM	26
2.1.5 Merek	33
2.1.6 Citra Merek	34
2.1.7 Niat Pembelian	35
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Pengembangan Hipotesis	38
2.2.1 Pengaruh Keterlibatan Pada Kredibilitas eWOM	38
2.2.2 Pengaruh Kepercayaan Pada Kredibilitas eWOM	39
2.2.3 Pengaruh Rekomendasi Pada Kredibilitas eWOM	39
2.2.4 Pengaruh Konten Pesan Pada Kredibilitas eWOM	40
2.2.5 Pengaruh Kredibilitas eWOM Pada Citra Merek	41
2.2.6 Pengaruh Citra Merek Pada Niat Pembelian	41
2.4 Model Penelitian	42

BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Desain Penelitian	43
3.2 Metode Pengumpulan Data	44
3.3 Desain Pengambilan Sampel	44
3.3.1 Populasi.....	44
3.3.2 Metode Pengambilan Sampel dan Unit Sampel	44
3.3.3 Ukuran Sampel	45
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	45
3.4.1 Variabel Penelitian.....	45
3.4.2 Definisi Operasional	46
3.5 Instrumen Penelitian.....	49
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian.....	50
3.6.1 Uji Outer Model.....	50
3.6.2 Uji Inner Model	56
3.7 Metode Analisis Data	56
3.7.1 Uji Goodness of Fit.....	57
3.7.2 Pengujian Hipotesis	57
3.7.3 Analisis Statistik Deskriptif	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Deskripsi Data	59
4.1.1 Pengumpulan Data.....	59
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Demografis Responden.....	59
4.1.3 Statistik Deskriptif	63
4.2 Analisis Model Pengukuran (Outer Model)	68
4.2.1 Analisis Uji Validitas Konstruk.....	68
4.2.2 Analisis Uji Reliabilitas Konstruk	72
4.3 Analisis Model Struktural (Inner Model)	73
4.3.1 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	73
4.3.2 Hasil Pengujian Relevansi Prediktif (Q^2)	75
4.3.3 Hasil Pengujian Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit</i>)	76
4.4 Uji Hipotesis.....	77
4.5 Pembahasan	81

4.5.1 Hipotesis 1	81
4.5.2 Hipotesis 2	83
4.5.3 Hipotesis 3	85
4.5.4 Hipotesis 4	87
4.5.5 Hipotesis 5	89
4.5.6 Hipotesis 6	90
4.5.7 Analisis Variabel.....	92
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Simpulan.....	93
5.2 Implikasi Manajerial.....	95
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran	96
5.3.1 Keterbatasan Penelitian.....	96
5.3.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	107

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Hasil Wawancara Survei Pendahuluan.....	14
Tabel 2.1 Perbedaan WOM dan eWOM	27
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 3.2 <i>Loading Factor Pilot Testing</i>	51
Tabel 3.3 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE) Pilot Testing</i>	52
Tabel 3.4 Nilai <i>Cross Loading Pilot Testing</i>	53
Tabel 3.5 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion Pilot Testing</i>	54
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Pilot Testing</i>	55
Tabel 3.7 Penafsiran Nilai Rata-Rata	58
Tabel 4.1 Karakteristik Demografis Responden	60
Tabel 4.2 Nilai Kelas Interval	64
Tabel 4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	64
Tabel 4.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Setiap Indikator.....	66
Tabel 4.5 <i>Loading Factor</i>	69
Tabel 4.6 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	70
Tabel 4.7 Nilai <i>Cross Loading</i>	70
Tabel 4.8 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	72
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Reliabilitas	73
Tabel 4.10 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	74
Tabel 4.11 Nilai Relevansi Prediktif	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	76
Tabel 4.13 <i>Path Coefficient</i>	78
Tabel 4.14 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	81

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Aplikasi dengan Distribusi Kunjungan <i>Downstream Traffic</i> Internet Global terbesar 2022	6
Gambar 1.2 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Tiktok Terbanyak di Dunia	7
Gambar 1.3 Produk Scarlett Whitening	9
Gambar 1.4 Ulasan Produk Scarlett Whitening oleh <i>Influencer</i> di Tiktok	10
Gambar 1. 5 Ulasan Produk Scalett Whitening oleh <i>Micro-Influencer</i> di Tiktok.....	11
Gambar 1.6 Merek Perawatan Kulit Lokal yang Paling Populer di Indonesia Hingga April 2023	12
Gambar 1.7 Jumlah Pengikut Scarlett Whitening dan Wardah di Tiktok.....	13
Gambar 2.1 Replikasi Penuh dari (Siddiqui et al., 2021).....	42
Gambar 4.1 Model Struktural Penelitian	77