

## DAFTAR ISI

Lembar judul .....	i
Lembar pengesahan.....	ii
Lembar pernyataan.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
INTISARI.....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.1.1 Latar belakang praktis .....	1
1.1.2 Latar Belakang Teoritis .....	4
1.1.3 Tinjauan Konsumen .....	7
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Pertanyaan Riset .....	10
1.4 Tujuan Riset.....	11
1.5 Lingkup Riset.....	12
BAB II.....	14
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
2.1 Teori Dasar .....	14
2.2. Profil Setiap Variabel .....	15
2.2.1 Kualitas Informasi.....	15
2.2.2 Kredibilitas Sumber .....	16
2.2.3 Kegunaan Informasi.....	17

2.2.4 Kepuasan Konsumen .....	18
2.2.5 Loyalitas Konsumen .....	19
2.3. Kualitas informasi berpengaruh terhadap kegunaan informasi.....	20
2.4. Kredibilitas sumber berpengaruh terhadap kegunaan informasi.....	22
2.5. Kegunaan informasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan .....	25
2.6. Kegunaan informasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan .....	27
2.7. Kepuasan pelanggan berpengaruh menjadi mediasi dalam hubungan antara Kegunaan informasi dan loyalitas pelanggan.....	29
2.8. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.....	31
2.9. Model Penelitian .....	34
BAB III .....	36
METODE RISET .....	36
3.1 Pendekatan Riset.....	36
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	36
3.2.1 Kualitas Informasi.....	37
3.2.2 Kredibilitas Sumber .....	38
3.2.3 Kegunaan Informasi.....	38
3.2.4 Kepuasan Konsumen .....	39
3.2.5 Loyalitas Konsumen .....	40
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	40
3.3.1 Metode pengambilan sampel .....	40
3.3.2 Populasi dan unit sampel .....	41
3.3.3 Ukuran sampel .....	42
3.3.4 Daerah sebaran kuesioner .....	42
3.4 Skema Penyebaran Kuesioner.....	42
3.5 Profil Responden.....	43
3.6 Obyek Riset.....	45
3.7 Metode Pengumpulan Data .....	48
3.8 Instrumen Riset .....	49
3.9 Metode Analisis Data .....	50
3.9.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	50

3.9.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	52
3.9.3 Uji model fit.....	53
3.9.4 Pengujian Hipotesis ( <i>Path Coefficient</i> ).....	54
BAB IV .....	56
ANALISIS DATA .....	56
4.1 Kualitas Data Penelitian .....	56
4.1.1 Statistik Deskriptif .....	56
4.1.2 Matriks Korelasi.....	58
4.2 Evaluasi Model Pengukuran .....	59
4.2.1 Uji Validitas Konvergen dan Diskriminan (Convergent Validity and Discriminant Validity) .....	59
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	62
4.3 Evaluasi Model Struktural (Inner model) .....	63
4.3.1 Koefisien determinasi (R value).....	64
4.3.2 Effect Size F-Square .....	65
4.3.3. Predictive Relevance : Q2.....	66
4.3.4 Uji Kecocokan Model (Model Fit).....	67
4.4 Pengujian Hipotesis .....	69
4.4.1 Pengujian Hipotesis Pertama .....	71
4.4.2 Pengujian Hipotesis Kedua .....	74
4.4.3 Pengujian Hipotesis Ketiga .....	77
4.4.4 Pengujian Hipotesis Keempat .....	80
4.4.5 Pengujian Hipotesis Kelima.....	84
4.4.6 Pengujian Hipotesis Keenam .....	87
4.5 Ringkasan Pengujian Hipotesis .....	90
BAB V.....	95
KESIMPULAN .....	95
5.1 Kesimpulan .....	95
5.2 Implikasi Manajerial .....	98
5.3 Keterbatasan Riset.....	101
5.4 Arahan Riset Mendatang .....	102



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Kekuatan Ulasan Daring: Bagaimana Tripadvisor Membangun Loyalitas Pelanggan di Yogyakarta**  
Firmansyah, Dr. Sahid Susilo Nugroho, M.,Sc.,  
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR PUSTAKA .....	103
LAMPIRAN.....	107

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Profil Responden.....	43
Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif .....	57
Tabel 4. 2 Matriks Korelasi Antar Variabel (Pearson Correlation).....	58
Tabel 4. 3 Nilai Outer Loadings .....	60
Tabel 4. 4 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	60
Tabel 4. 5 Uji Fornell-Larcker Criterion .....	61
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 4. 7 Nilai R-Square.....	64
Tabel 4. 8 Uji F-Square.....	66
Tabel 4. 9 Nilai Q-Square .....	67
Tabel 4. 10 Uji Model Fit.....	68
Tabel 4. 11 Uji Koefisien Jalur .....	70
Tabel 4. 12 Ringkasan Hipotesis .....	91
Tabel 4. 13 Pengaruh tidak langsung.....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah kunjungan laman tripadvisor.com.....	3
Gambar 2. 1 Model riset .....	34
Gambar 3. 1 Logo Tripadvisor .....	46
Gambar 3. 2 Peringkat ulasan pada laman Tripadvisor.....	47
Gambar 3. 3 Ulasan kontribusi dari salah satu pelanggan .....	48
Gambar 4. 1 Koefisien Jalur .....	70
Gambar 4. 2 Model Penelitian Hasil pengujian Hipotesis .....	91

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian .....	107
Lampiran 2 : Profil Responden .....	114
Lampiran 3 : Analisis Statistik Deskriptif .....	117
Lampiran 4: Matriks Korelasi Antar Variabel (Pearson Correlation Product Moment) .....	117
Lampiran 5: Validitas Konvergen (Outer Loadings) .....	118
Lampiran 6: Validitas Diskriminan (Fornell-Larcker Criterion).....	118
Lampiran 7: Uji Reliabilitas .....	119
Lampiran 8: Hasil R-Square dan F-Square Values.....	119
Lampiran 9: Hasil Blindfolding (Q-Square) .....	119
Lampiran 10: Hasil Uji Model Fit .....	120
Lampiran 11: Hasil Bootstrapping.....	120
Lampiran 12: Efek tidak langsung spesifik .....	120