

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN PERSEMBAHAN | iv |
| HALAMAN MOTO | vi |
| INTISARI | vii |
| ABSTRACT | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3. Pertanyaan Penelitian | 8 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.5. Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.6. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian | 10 |
| 1.7. Sistematika Penulisan..... | 11 |
| BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA..... | 13 |
| 2.1. Landasan Teori..... | 13 |
| 2.1.1. Teori Pengaruh Sosial | 13 |
| 2.1.2. Electronic Word of Mouth | 14 |
| 2.1.3. Etnosentrisme Konsumen | 16 |
| 2.1.4. Perilaku Pembelian Konsumen | 17 |
| 2.1.5. Merek..... | 20 |
| 2.2. Kajian Penelitian Terdahulu..... | 22 |
| 2.3. Pengembangan Hipotesis | 26 |
| 2.3.1. EWOM Positif dan Etnosentrisme Konsumen | 26 |
| 2.3.2. EWOM Negatif dan Etnosentrisme Konsumen | 28 |
| 2.3.3. EWOM dan Perilaku Pembelian..... | 29 |
| 2.3.4. Etnosentrisme Konsumen dan Perilaku Pembelian | 31 |
| 2.4. Model Penelitian | 32 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 34 |
| 3.1. Desain Penelitian..... | 34 |
| 3.2. Desain Operasional dan Pengukuran..... | 35 |
| 3.2.1. Definisi Operasional Variabel..... | 35 |
| 3.2.2. Skala Pengukuran..... | 38 |
| 3.3. Desain Pengambilan Sampel..... | 39 |
| 3.3.1. Metode Pengambilan Sampel | 39 |
| 3.3.2. Populasi dan Sampel | 40 |
| 3.3.2.1. Populasi..... | 40 |
| 3.3.2.2. Sampel | 40 |
| 3.3.2.3. Ukuran Sampel | 41 |
| 3.3.2.4. Daerah Sebaran Kuesioner | 42 |
| 3.4. Profil Responden | 42 |

| | | |
|---------------|--|------------|
| 3.5. | Objek Penelitian | 44 |
| 3.6. | Metode Pengumpulan Data | 44 |
| 3.7. | Instrumen Penelitian..... | 46 |
| 3.8. | Metode Analisis Data | 48 |
| 3.8.1. | PLS-SEM | 48 |
| 3.8.2. | Uji Asumsi Klasik..... | 49 |
| 3.8.2.1. | Uji Normalitas | 49 |
| 3.8.2.2. | Uji Multikolinearitas..... | 51 |
| 3.8.3. | Statistik Deskriptif | 51 |
| 3.8.4. | Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 52 |
| 3.8.5. | Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 54 |
| BAB IV | ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 59 |
| 4.1. | Uji Instrumen pada Sampel Kecil | 59 |
| 4.2. | Hasil Pengumpulan Data | 59 |
| 4.3. | Profil Responden | 60 |
| 4.2.1. | Jenis Kelamin..... | 60 |
| 4.2.2. | Usia..... | 60 |
| 4.2.3. | Pendidikan Terakhir..... | 61 |
| 4.2.4. | Pekerjaan..... | 62 |
| 4.2.5. | Domisili..... | 63 |
| 4.2.6. | Rata-Rata Jawaban Variabel Penelitian | 64 |
| 4.4. | Uji Asumsi Klasik | 66 |
| 4.3.1. | Uji Normalitas..... | 66 |
| 4.3.2. | Uji Multikolinearitas | 67 |
| 4.5. | Statistik Deskriptif Responden..... | 69 |
| 4.4.1. | Merek Lokal..... | 74 |
| 4.4.2. | Merek Asing..... | 76 |
| 4.6. | Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 77 |
| 4.5.1. | Hasil Uji Validitas Konvergen..... | 78 |
| 4.5.2. | Hasil Uji Validitas Diskriminan..... | 80 |
| 4.5.3. | Hasil Uji Reliabilitas..... | 84 |
| 4.7. | Hasil Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>) | 85 |
| 4.6.1. | Uji Kesesuaian Model..... | 85 |
| 4.6.2. | Koefisien Determinasi (R^2)..... | 86 |
| 4.6.3. | Predictive Relevance (Q^2) | 88 |
| 4.6.4. | <i>Path Coefficient</i> | 88 |
| 4.8. | Pembahasan..... | 95 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | 109 |
| 5.1. | Kesimpulan | 109 |
| 5.2. | Implikasi Manajerial | 110 |
| 5.3. | Keterbatasan Penelitian..... | 111 |
| 5.3.1. | Keterbatasan Subjek dan Sampel..... | 112 |
| 5.3.2. | Keterbatasan Metode Penelitian | 112 |
| 5.3.3. | Keterbatasan Desain Penelitian..... | 112 |
| 5.3.4. | Keterbatasan Konteks Budaya | 112 |
| 5.4. | Saran untuk Penelitian Mendatang..... | 113 |



| | |
|--|------------|
| 5.4.1. Perluasan Konteks Industri | 113 |
| 5.4.2. Penggunaan Desain Longitudinal | 113 |
| 5.4.3. Pengujian Variabel Moderasi dan Mediasi | 114 |
| 5.4.4. Penelitian Komparatif | 114 |
| 5.4.5. Penggabungan Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif . | 114 |
| DAFTAR PUSTAKA | 116 |