

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN (F1).....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN (F2).....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI (F3)	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Lingkup Penelitian	8
1.6 Kontribusi Penelitian	10
1.7 Sistematika Penulisan	11
BAB II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
2.1 Landasan Teori.....	13

2.1.1 Penggunaan media sosial	13
2.1.2 Getok Tular dan Getok Tular Elektronik	15
2.1.3 Kepercayaan.....	17
2.1.4 Niat Pemesanan Konsumen.....	19
2.2 Pengembangan Hipotesis	22
2.2.1 Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Niat Pemesanan Konsumen	22
2.2.2 Pengaruh Getok Tular Elektronik Terhadap Niat Pemesanan Konsumen	23
2.2.3 Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Niat Pemesanan Konsumen Dimediasi oleh Kepercayaan.....	25
2.2.4 Pengaruh Getok Tular Elektronik Terhadap Niat Pemesanan Konsumen Dimediasi oleh Kepercayaan.....	27
2.3 Model Penelitian	28
BAB III. METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Strategi Penelitian	30
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	32
3.2.1 Penggunaan Media Sosial	32
3.2.2 Getok Tular Elektronik	33
3.2.3 Kepercayaan.....	34
3.2.4 Niat Pemesanan Konsumen.....	36
3.3 Desain Pengambilan Sampel.....	37
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel.....	37
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel	38
3.3.3 Ukuran Sampel.....	38

3.4 Objek Penelitian.....	39
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.6 Instrumen Penelitian	44
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian	46
3.7.1 Uji Validitas	46
3.7.2 Uji Reliabilitas	51
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.8.1 Uji Normalitas	53
3.8.2 Uji Multikolinearitas	53
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	54
3.9 Metode Analisis Data.....	55
3.9.1 Pengujian <i>Goodness of Fit</i>	55
3.9.2 Pengembangan Formula Dasar	56
3.9.3 Proses Pengujian Pemediasi.....	57
3.9.4 Proses Pengujian Hipotesis	57
3.9.5 Tingkat Signifikansi.....	58
BAB IV. ANALISIS DATA	59
4.1 Karakteristik Responden.....	59
4.2 Statistik Deskriptif	61
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.3.1 Uji Normalitas	63
4.3.2 Uji Heterokedastisitas	64
4.3.3 Uji Multikolinearitas	65

4.4 Goodness of Fit Model.....	66
4.4.2 Uji Regresi Linear Berganda.....	67
4.4.3 Uji Pengaruh Mediasi.....	68
4.4.4 Uji Hipotesis	76
4.4.5 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	81
BAB V. PENUTUP.....	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Implikasi Manajerial	85
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	87
5.4 Arah Penelitian Mendatang.....	87
Daftar Pustaka	89
Lampiran	95