

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
INTISARI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Pertanyaan Penelitian	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	12
1.5.2. Manfaat praktis	13
1.6. Sistematika Penulisan.....	13



BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1. Getok Tular Elektronik.....	15
2.2. Citra Merek.....	15
2.3. Niat Beli Ulang.....	16
2.4. Hubungan Getok Tular Elektronik (<i>e-WOM</i>) dan Niat Beli Ulang.....	17
2.5. Hubungan antara Getok Tular Elektronik dengan Citra Merek.	19
2.6. Hubungan antara Citra Merek dengan Niat Beli Ulang.	19
2.7. Model Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1. Desain Penelitian.....	23
3.2. Definisi Operasional.....	23
3.2.1. Getok Tular Elektronik.....	23
3.2.2. Citra Merek.....	25
3.2.3. Niat Beli Ulang.....	26
3.3. Desain Pengambilan Sampel.....	27
3.3.1. Populasi dan Sampel.....	27
3.3.2. Metode Pengambilan Sampel.....	27
3.3.3. Unit Penyampelan	28
3.3.4. Ukuran Sampel.....	28
3.3.5. Lokasi Penelitian	28
3.4. Objek Penelitian	28
3.5. Metode Pengumpulan Data	29

3.6.	Instrumen Penelitian.....	30
3.7.	Pengujian Instrumen.....	30
3.7.1.	Pre-Test Instrumen Penelitian	30
3.7.2.	Uji Validitas	31
3.7.3.	Pengujian Validitas dengan Sampel Kecil	32
3.7.4.	Uji Reliabilitas	33
3.7.5.	Pengujian Reliabilitas dengan Sampel Kecil.....	34
3.8.	Analisis Data	35
3.8.1.	Metode Analisis Data	35
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik	36
3.8.3.	Pengembangan Formulasi Dasar	38
3.8.4.	Goodness of Fit Model	39
3.8.5.	Tingkat Signifikansi	40
3.8.6.	Proses Pengujian Hipotesis	40
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1.	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	47
4.1.1.	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2.	Data Responden Berdasarkan Usia	48
4.1.3.	Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
4.1.4.	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.1.5.	Data Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan (Rp)	50
4.1.6.	Data Responden Berdasarkan Transaksi di Traveloka	51

4.1.7.	Data Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi di Traveloka.....	52
4.2.	Statistik Deskriptif.....	53
4.3.	Pengujian Instrumen.....	55
4.3.1.	Uji Validitas	55
4.3.2.	Uji Reliabilitas	58
4.4.	Uji Asumsi Klasik	59
4.4.1.	Uji Normalitas.....	59
4.4.2.	Uji Multikolinieritas	59
4.4.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.5.	Pengujian Hipotesis.....	62
4.5.1.	Pengaruh Getok Tular Elektronik Pada Niat Beli Ulang	63
4.5.2.	Pengaruh Getok Tular Elektronik Pada Citra Merek	63
4.5.3.	Pengaruh Citra Merek Pada Niat Beli	64
4.5.4.	Uji Peran Mediasi	65
4.5.5.	Uji Determinasi	68
4.6.	Pembahasan.....	69
4.6.1.	Pengaruh Getok Tular Elektronik pada Niat Beli Ulang	69
4.6.2.	Pengaruh Getok Tular Elektronik pada Citra Merek	71
4.6.3.	Pengaruh Citra Merek Pada Niat Beli Ulang	73
4.6.4.	Pengaruh Getok Tular Elektronik dan Citra Merek pada Niat Beli Ulang	74
BAB V KESIMPULAN.....		76
5.1.	Kesimpulan.....	76



3.2. Implikasi.....	77
5.2.1. Implikasi Teoritis	77
5.2.2. Implikasi Manejerial	77
5.3 Keterbatasan Penelitian	78
5.3. Saran.....	79
5.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN