

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	I
PERNYATAAN ORISINALITAS	II
ABSTRACT	III
ABSTRAK	IV
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	10
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
 HIPOTESIS	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Electronic Word Of Mouth (E-Wom)	13
2.1.1.1 Pengertian E-WoM	13
2.1.1.2 Indikator E-WoM.....	15
2.1.2 Brand Trust.....	16
2.1.2.1 Pengertian <i>Brand Trust</i>	16
2.1.2.2 Indikator <i>Brand Trust</i>	17
2.1.3 <i>Purchase Decision</i>	18
2.1.3.1 Pengertian <i>Purchase Decision</i>	18
2.1.3.2 Indikator <i>Purchase Decision</i>	21
2.1.4 <i>Risk Perception</i>	22
2.1.4.1 Pengertian <i>Risk Perception</i>	22
2.1.4.2 Indikator <i>Risk Perception</i>	23

2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.4 Hipotesis.....	32
BAB III OBJEK DAN MODEL PENELITIAN.....	33
3.1 Objek Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data	37
3.2.2.1 Jenis Data	37
3.2.2.2 Populasi Sasaran	37
3.2.2.3 Penentuan Sampel.....	38
3.2.2.4 Teknik Sampling.....	38
3.2.3 Metode Pengumpulan Data	38
3.3 Model Penelitian.....	39
3.4 Teknik Analisis Data	40
3.4.1 Analisa Data <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	40
3.4.1.1 Pengembangan Model Berbasis Teori	41
3.4.1.2 Pengembangan <i>Path Diagram</i>	42
3.4.1.3 Memilih Matriks input dan Estimasi Model	45
3.4.1.4 Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	46
3.4.1.5 Asumsi SEM	46
3.4.1.6 Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-fit</i>	48
3.4.1.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
3.4.1.8 Evaluasi atas <i>Regression Weight</i> sebagai Pengujian Hipotesis	51
3.4.1.9 Interpretasi dan Modifikasi Model.....	51
3.4.2 Analisa Data <i>Moderates Structural Equation Modelling</i> (MSEM).....	52
3.4.2.1 Estimasi Model	52
3.4.2.2 Analisa Variabel.....	53

5.1 Simpulan.....	104
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Transaksi <i>E-commerce</i> di Indonesia 2018-2022	1
Gambar 1. 2 Top <i>E-commerce</i> 2019-2022	3
Gambar 3. 1 Model Penelitian	40
Gambar 3. 2 <i>Path Diagram</i> Penelitian Konversi Path ke dalam pemasaran	44
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	58
Gambar 4. 4 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen Model ke 1	72
Gambar 4. 5 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen Model ke 2	73
Gambar 4. 6 <i>Confirmatory factor analysis</i> Variabel Endogen Model ke 1	75
Gambar 4. 7 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen Model ke 2	76
Gambar 4. 8 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Moderasi	78
Gambar 4. 9 Hasil Uji Full Model SEM model ke 1	85
Gambar 4. 10 Hasil Uji Full Model SEM model ke 2	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3. 2 Variabel dan Konstruksi Variabel	41
Tabel 3. 3 Model Persamaan Struktural	45
Tabel 3. 4 Model Pengukuran	45
Tabel 3. 5 Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of-fit index</i>)	50
Tabel 3. 6 Tipe Moderasi dan Koefisien.....	54
Tabel 4. 1 Analisis Statistik <i>Electronic Word of Mouth</i>	61
Tabel 4. 2 Analisis Statistik <i>Brand Trust</i>	63
Tabel 4. 3 Analisis Statistik <i>Purchase Decision</i>	66
Tabel 4. 4 Analisis Statistik <i>Risk Perception</i>	68
Tabel 4. 5 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen Model ke-1	74
Tabel 4. 6 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> variabel Eksogen Model ke-2	74
Tabel 4. 7 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen Model ke-1	77
Tabel 4. 8 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen Model ke-2	78
Tabel 4. 9 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Moderasi.....	79
Tabel 4. 10 Uji Normalitas Model ke 1.....	80
Tabel 4. 11 Uji Normalitas Model ke 2.....	81
Tabel 4. 12 Uji Full Model <i>Goodness of Fit</i> SEM Model ke 1.....	85
Tabel 4. 13 Uji Full Model <i>Goodness of fit</i> SEM model ke 2	87
Tabel 4. 14 Uji Validitas Model ke 1	88
Tabel 4. 15 Uji Validitas Model ke 2	89
Tabel 4. 16 Uji Signifikansi Koefisien model ke-1.....	94
Tabel 4. 17 Pengaruh Variabel model ke-1.....	94
Tabel 4. 18 Uji Signifikansi Koefisien model ke-2.....	95
Tabel 4. 19 Pengaruh Variabel model ke-2.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Waktu Penelitian.....	112
Lampiran 1. 2 Kuisisioner	113
Lampiran 1. 3 Data Hasil Kuisisioner	116
Lampiran 1. 4 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	121
Lampiran 1. 5 Matriks Kovarian.....	128
Lampiran 1. 6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	132
Lampiran 1. 7 <i>Estimate Regression Weight</i>	135
Lampiran 1. 8 Interpretasi dan Modifikasi Model	136