

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT UNTUK TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah	6
3. Ruang Lingkup	7
4. Perumusan Masalah	7
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Manfaat Penelitian	8
C. Kerangka Penelitian	9
BAB II TELAAH KEPUSTAKAAN	11
A. Landasan Teori	11
B. Kaitan Antar Variabel	16
C. Penelitian Terdahulu	17

	D. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	21
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	26
	A. Jenis dan Periode Penelitian	26
	B. Sumber dan Pengumpulan Data	27
	C. Populasi dan Sampel Penelitian	28
	D. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	29
	E. Metode Analisis	32
	F. Teknik Analisis Data	34
	G. Pengujian Hipotesis	37
	H. Uji Mediasi	38
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
	A. Deskripsi Subjek dan Objek Penelitian	40
	B. Model Pengukuran	48
	C. Hasil Analisis Data	50
	D. Pembahasan	57
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	65
	A. Kesimpulan	65
	B. Keterbatasan dan Saran	65
	DAFTAR KEPUSTAKAAN	69
	LAMPIRAN	73

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1	Model Penelitian	21
Gambar 4.1	Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4.2	Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Umur	42
Gambar 4.3	Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	43
Gambar 4.4	Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Pendapatan	43
Gambar 4.5	Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Wilayah Domisili	44
Gambar 4.6	Model Pengukuran Variabel pada <i>software</i> SmartPLS	49
Gambar 4.7	Model Pengukuran Tanpa Indikator EWOM2	49

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	30
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Persepsi Etika	31
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Penciptaan Nilai Bersama	31
Tabel 4.1	Ringkasan Data Responden	41
Tabel 4.2	Tabel Indikator untuk Variabel e-WOM	46
Tabel 4.3	Tabel Indikator untuk Variabel Persepsi Etika	47
Tabel 4.4	Tabel Indikator untuk Variabel Penciptaan Nilai Bersama	48
Tabel 4.5	Uji Validitas <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	50
Tabel 4.6	Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) dan <i>Construct Reliability</i> (CR)	51
Tabel 4.7	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural	52
Tabel 4.8	Nilai <i>Regression Weight</i> untuk Menguji Hipotesis Penelitian	53
Tabel 4.9	Hasil Uji Hipotesis	56
Tabel 4.10	Hasil Tes Mediasi	56
Tabel 4.11	Hasil Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel	63

DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1	Lembar Kuesioner	73
Lampiran 2	Grafik Hasil Jawaban Responden	77
Lampiran 3	<i>Output</i> Program SmartPLS 3.3.3	80