

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3. Tujuan	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN TEORITIK	
2.1. Deskripsi Konseptual	13
2.1.1. <i>Electronic Word of Mouth</i>	13
2.1.2. Negara Asal	18
2.1.3. Citra Merek	20
2.1.4. Minat Beli.....	23
2.2. Hasil Penelitian yang Relevan	25
2.3. Kerangka Teoritik	32
2.4. Perumusan Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.2. Metode Penelitian	35
3.3. Populasi dan <i>Sampling</i>	36
3.3.1. Populasi	36
3.3.2. Sampel.....	37
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5. Operasionalisasi Variabel	39
3.5.1. Variabel Independen	39
3.5.2. Variabel Dependen.....	40
3.5.3. Variabel <i>Intervening</i>	40
3.6. Skala Pengukuran.....	43
3.7 Teknik Analisis Data.....	44
3.7.1. Analisa Deskriptif	44
3.7.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.7.3. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	47
3.7.4. Uji Kesesuaian Model	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Data.....	53
4.2. Hasil Analisis Data	56
4.2.1. Analisis Deskriptif.....	56
4.2.2. <i>Exploratory Factor Analysis</i>	62
4.2.3. <i>Confirmantory Factor Analysis</i>	66
4.2.4. <i>Full Model</i>	71
4.2.5. <i>Fit Model</i>	73
4.3. Pengujian Hipotesis	76
4.3.1. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	80
5.2. Saran	83
5.2.1. Saran Praktis.....	83
5.2.2. Saran Teoritis	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN	91