

PENGARUH *BRAND REPUTATION*, *QUALITY OF INFORMATION*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP *BRAND TRUST* UNTUK MEMBANGUN *BRAND LOYALTY* PADA PRODUK PERAWATAN TUBUH RAMAH LINGKUNGAN

JULIA SALWA SALSABILA

1705620091



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

***THE INFLUENCE OF BRAND REPUTATION, QUALITY OF
INFORMATION, AND WORD OF MOUTH ON BRAND TRUST
TO BUILD BRAND LOYALTY IN ENVIRONMENTALLY
FRIENDLY BODY CARE PRODUCTS***

JULIA SALWA SALSABILA

1705620091



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*This thesis was prepared to fulfill one of the requirements for obtaining a
Bachelor of Management degree at the Faculty of Economics, Jakarta State
University*

BACHELOR'S STUDY PROGRAM IN MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

ABSTRAK

Julia Salwa Salsabila: “Pengaruh *Brand Reputation*, *Quality of Information*, dan *Word of Mouth* Terhadap *Brand Trust* Untuk Membangun *Brand Loyalty* Pada Produk Perawatan Tubuh Ramah Lingkungan”. Skripsi, Jakarta: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Prof. Dr. Usep Suhud, M.Si., Ph.D dan Dewi Agustin Pratama Sari, S.E, M.S.M

Maksud dan tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *brand reputation*, *quality of information*, dan *word of mouth* terhadap *brand trust* untuk membangun *brand loyalty* pada produk perawatan tubuh ramah lingkungan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner yang didistribusikan secara *Online* melalui *platform* media sosial seperti WhatsApp, Instagram, X, dan TikTok. Objek yang diambil dalam penelitian ini adalah responden yang pernah melakukan pembelian produk perawatan tubuh ramah lingkungan minimal 3 kali, bertempat tinggal di DKI Jakarta, dan berusia minimal 18 tahun. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 254 responden. Penelitian ini menggunakan software SPSS versi 26 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari software AMOS untuk melakukan analisis dan pengolahan data penelitian. Implikasi manajemen dalam penelitian ini menjadi kunci dalam membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen terhadap merek. Manajemen harus konsisten memperhatikan reputasi merek, menyampaikan informasi yang akurat, mendorong promosi mulut ke mulut yang positif, membangun kepercayaan melalui integritas, dan merancang strategi untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan berfokus pada aspek-aspek tersebut, manajemen dapat merumuskan strategi efektif untuk memperkuat posisi merek di pasar produk perawatan pribadi ramah lingkungan. Adapun hasil yang didapatkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa *brand reputation*, *quality of information*, dan *word of mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand trust*. Selain itu, *brand reputation* dan *brand trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*.

Kata Kunci: *Brand Reputation*, *Quality of Information*, *Word of Mouth*, *Brand Trust*, *Brand Loyalty*

ABSTRACT

Julia Salwa Salsabila: "The Influence of Brand Reputation, Quality of Information, and Word of Mouth on Brand Trust to Build Brand Loyalty in Environmentally Friendly Body Care Products." Thesis, Jakarta: Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisory Team: Prof. Dr. Usep Suhud, M.Si., Ph.D and Dewi Agustin Pratama Sari, S.E, M.S.M

The aim and objective of writing this research is to examine the influence of brand reputation, quality of information, and word of mouth on brand trust to build brand loyalty in environmentally friendly body care products. Data collection was carried out using a questionnaire method which was distributed Online via social media platforms such as WhatsApp, Instagram, X, and TikTok. The objects taken in this research were respondents who had purchased environmentally friendly body care products at least 3 times, lived in DKI Jakarta, and were at least 18 years old. The sample used in this research was 254 respondents. This research uses SPSS version 26 software and SEM (Structural Equation Model) from AMOS software to analyze and process research data. The management implications in this research are key in building and maintaining consumer loyalty to the brand. Management must consistently pay attention to brand reputation, convey accurate information, encourage positive word of mouth, build trust through integrity, and design strategies to increase consumer loyalty. By focusing on these aspects, management can formulate effective strategies to strengthen the brand's position in the environmentally friendly personal care products market. The results obtained in this research show that brand reputation, quality of information, and word of mouth have a positive and significant effect on brand trust. Apart from that, brand reputation and brand trust have a positive and significant effect on brand loyalty.

Keyword: Brand Reputation, Quality of Information, Word of Mouth, Brand Trust, Brand Loyalty

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 5 Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Julia Salwa Salsabila

No. Reg. 1705620091

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI




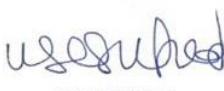

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D.
NIP 197002122008121001

| No | Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
|----|---|--|-------------|
| 1 | Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. NIP 197206272006041001 (Ketua Sidang) |  | 28 Mei 2024 |
| 2 | Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A. NIP 199111022022032013 (Penguji 1) |  | 28 Mei 2024 |
| 3 | Rahmi, SE., M.S.M. NIP 198305012018032001 (Penguji 2) |  | 28 Mei 2024 |
| 4 | Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. NIP 197002122008121001 (Pembimbing 1) |  | 28 Mei 2024 |
| 5 | Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M., NIP 199308272020122024 (Pembimbing 2) |  | 26 Mei 2024 |

Nama : Julia Salwa Salsabila
No. Registrasi : 1705620091
Program Studi : S1 Manajemen
Tanggal Lulus : 20 Mei 2024

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Julia Salwa Salsabila
NIM : 1705620091
Fakultas/Prodi : S1 Manajemen
Alamat email : juliasalwa20@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh *Brand Reputation*, *Quality of Information*, dan *Word of Mouth* Terhadap
Brand Trust Untuk Membangun *Brand Loyalty* Pada Produk Perawatan Tubuh Ramah
Lingkungan

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 5 Juni 2024

Penulis

(Julia Salwa Salsabila)

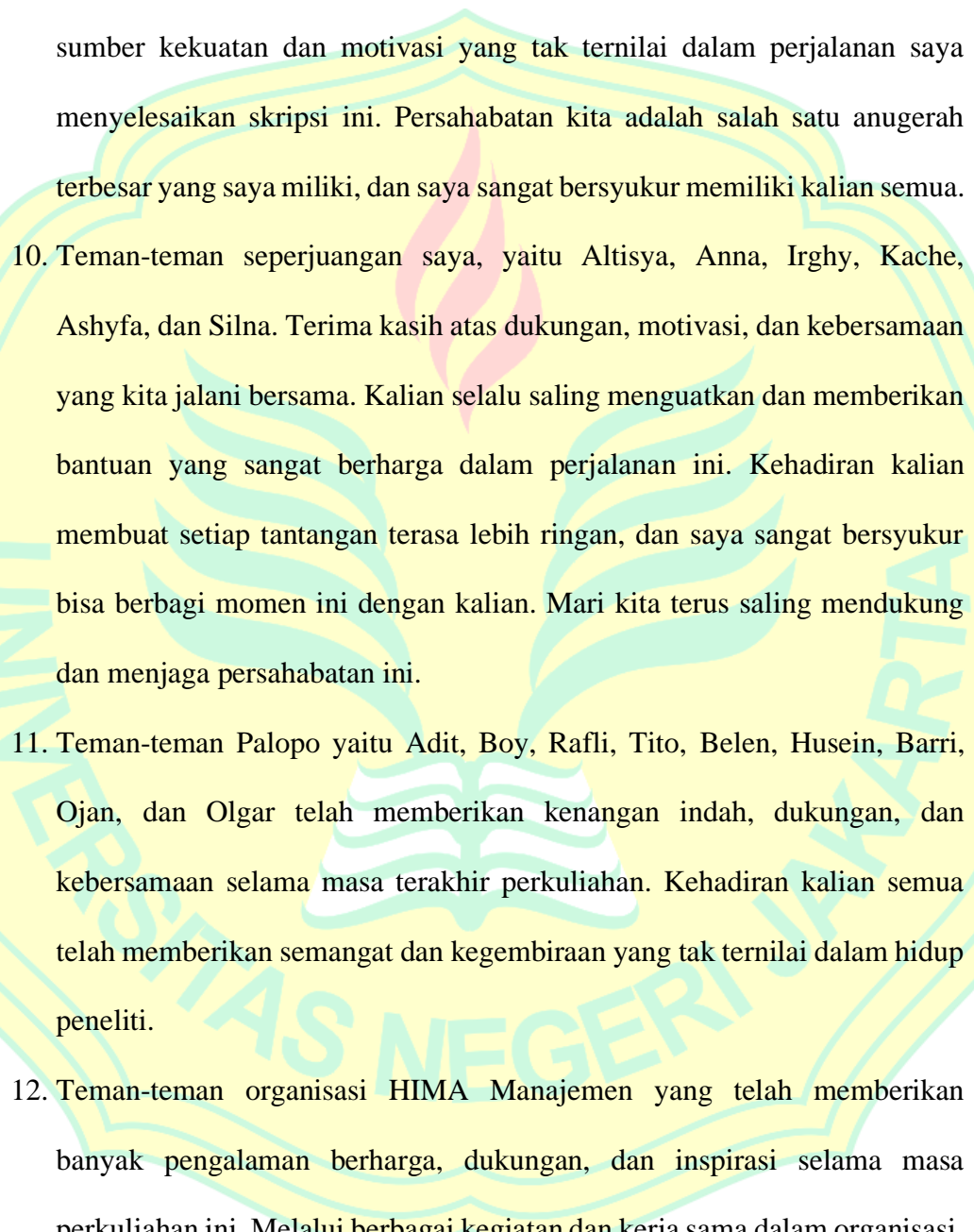
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya dalam memberikan kelancaran dan kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Adapun judul dalam penelitian ini yaitu “Pengaruh *Brand Reputation*, *Quality of Information*, dan *Word of Mouth* Terhadap *Brand Trust* Untuk Membangun *Brand Loyalty* Pada Produk Perawatan Tubuh Ramah Lingkungan”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam perolehan gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Selama proses penulisan, berbagai pihak telah memberikan bantuan dan kontribusi yang sangat berarti. Baik dukungan spiritual, moral, maupun material telah membantu saya dalam mengatasi tantangan dan mempertahankan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing peneliti selama penyusunan skripsi ini yaitu:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, yang juga merupakan Dosen Pembimbing 1 Skripsi. Terima kasih atas saran, bimbingan, dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
2. Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.

3. Ibu Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M., selaku Dosen Pembimbing 2 skripsi, yang telah memberikan saran, bimbingan, dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
4. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M., Ibu Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A., dan Ibu Rahmi, SE., M.S.M. selaku penguji yang telah memberikan masukan dan saran bagi peneliti yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan pengajaran dan arahan, serta staf Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan banyak bantuan dalam proses administrasi selama perkuliahan ini.
6. Kedua orang tua saya, Bapak M. Romlih dan Ibu Saini, yang selalu memberikan dukungan moral dan material. Terima kasih atas cinta, doa, dan motivasi yang tak pernah putus, yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Kedua abang saya yaitu Aa Adjie dan Aa Aang, serta kedua kakak saya yaitu Ka Amel dan Ka Dea, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan nasihat yang berharga, serta bantuan dalam segi material. Kehadiran kalian selalu menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi saya.
8. Kedua ponakan saya yaitu Ashraf dan Arkana, yang selalu memberikan keceriaan dan kebahagiaan dalam kehidupan saya. Kehadiran kalian menjadi pengingat bahwa perjuangan ini juga demi masa depan yang lebih baik bagi generasi selanjutnya.

- 
9. Sahabat-sahabat saya, yaitu Angga, Malvin, Inu, Fikri, Andre, Farizka, Melinda, Nayla, Nindy, dan Ale. Terima kasih atas dukungan, semangat, dan kebersamaan yang kalian berikan selama ini. Kalian telah menjadi sumber kekuatan dan motivasi yang tak ternilai dalam perjalanan saya menyelesaikan skripsi ini. Persahabatan kita adalah salah satu anugerah terbesar yang saya miliki, dan saya sangat bersyukur memiliki kalian semua.
10. Teman-teman seperjuangan saya, yaitu Altisya, Anna, Irghy, Kache, Ashyfa, dan Silna. Terima kasih atas dukungan, motivasi, dan kebersamaan yang kita jalani bersama. Kalian selalu saling menguatkan dan memberikan bantuan yang sangat berharga dalam perjalanan ini. Kehadiran kalian membuat setiap tantangan terasa lebih ringan, dan saya sangat bersyukur bisa berbagi momen ini dengan kalian. Mari kita terus saling mendukung dan menjaga persahabatan ini.
11. Teman-teman Palopo yaitu Adit, Boy, Rafli, Tito, Belen, Husein, Barri, Ojan, dan Olgar telah memberikan kenangan indah, dukungan, dan kebersamaan selama masa terakhir perkuliahan. Kehadiran kalian semua telah memberikan semangat dan kegembiraan yang tak ternilai dalam hidup peneliti.
12. Teman-teman organisasi HIMA Manajemen yang telah memberikan banyak pengalaman berharga, dukungan, dan inspirasi selama masa perkuliahan ini. Melalui berbagai kegiatan dan kerja sama dalam organisasi, peneliti belajar banyak hal yang sangat berarti. Pengalaman bersama kalian

akan selalu menjadi kenangan yang indah dan tak terlupakan dalam perjalanan hidup peneliti.

13. Teman-teman dalam perkumpulan TIKSUB yang telah memberikan dukungan dan semangat selama ini. Peneliti merasa sangat beruntung dapat menjadi bagian dari perkumpulan ini.

14. Teman-teman S1 Manajemen angkatan 2020 dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu. Terima kasih telah membantu dan memberikan motivasi peneliti dalam penulisan skripsi ini. Semoga kebaikan kalian semua dibalas oleh Allah SWT.

15. Pemilik NIM 1705620091 yaitu diri saya sendiri, Julia Salwa Salsabila. Terima kasih telah bertahan, berjuang, dan menyelesaikan semua tantangan dengan penuh ketekunan dan komitmen. Terima kasih telah kuat, tidak menyerah, dan terus berusaha untuk menyelesaikan studi S1 ini. Setiap usaha dan kerja keras yang telah dilakukan membuahkan hasil yang membanggakan.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, namun semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya yang meneliti hal serupa. Tetaplah berkomitmen untuk terus belajar dan berkembang di masa depan. Penulisan ini menggunakan pedoman terbaru yang telah disebarakan oleh pihak Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 20 Mei 2024

Julia Salwa Salsabila

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| LEMBAR ORISINALITAS | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | iv |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Pertanyaan Penelitian | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 11 |
| 1.4.1 Manfaat Teoretis..... | 11 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 12 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 13 |
| 2.1 Teori Pendukung..... | 13 |
| 2.1.1 <i>Brand Loyalty</i> | 13 |
| 2.1.2 <i>Brand Trust</i> | 14 |
| 2.1.3 <i>Brand Reputation</i> | 16 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.4 <i>Quality of Information</i> | 18 |
| 2.1.5 <i>Word of Mouth</i> | 19 |
| 2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis | 21 |
| 2.2.1 <i>Brand Reputation (X1) dan Brand Trust (Y)</i> | 21 |
| 2.2.2 <i>Quality of Information (X2) dan Brand Trust (Y)</i> | 21 |
| 2.2.3 <i>Word of Mouth (X3) dan Brand Trust (Y)</i> | 22 |
| 2.2.4 <i>Brand Reputation (X1) dan Brand Loyalty (Z)</i> | 23 |
| 2.2.5 <i>Brand Trust (Y) dan Brand Loyalty (Z)</i> | 24 |
| 2.3 Hipotesis Penelitian..... | 25 |
| 2.4 Hasil Penelitian Yang Relevan..... | 26 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 28 |
| 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian..... | 28 |
| 3.1.1 Waktu..... | 28 |
| 3.1.2 Tempat | 28 |
| 3.2 Desain Penelitian | 28 |
| 3.3 Populasi dan Sampel..... | 29 |
| 3.3.1 Populasi | 29 |
| 3.3.2 Sampel | 29 |
| 3.4 Pengembangan Instrumen..... | 30 |
| 3.4.1 Variabel Penelitian..... | 30 |
| 3.4.2 Operasionalisasi Variabel | 31 |
| 3.4.3 Skala Pengukuran | 36 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 37 |

| | |
|--|-----------|
| 3.6 Teknik Analisis Data | 37 |
| 3.6.1 Uji Validitas | 38 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas | 38 |
| 3.6.3 Uji Kesesuaian Model | 39 |
| 3.6.4 Uji Hipotesis | 42 |
| 3.6.5 Model SEM | 42 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 43 |
| 2.2 Deskripsi Data | 43 |
| 4.1.1 Karakteristik Responden..... | 43 |
| 4.1.2 Analisis Deskriptif | 51 |
| 4.2 Hasil Pengujian dan Pembahasan | 58 |
| 4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Data | 58 |
| 4.2.2 Uji Hipotesis | 73 |
| 4.2.3 Pembahasan | 73 |
| BAB V..... | 78 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 78 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 78 |
| 5.2 Implikasi..... | 81 |
| 5.2.1 Implikasi Teoritis..... | 81 |
| 5.2.2 Implikasi Praktis | 81 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian | 85 |
| 5.4 Rekomendasi Untuk Penelitian Selanjutnya | 85 |
| DAFTAR PUSTAKA | 87 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Pendapatan Produk Perawatan Tubuh dan Kecantikan di Indonesia | 2 |
| Gambar 1.2 Body Lotion Lokal Terlaris | 5 |
| Gambar 1.3 Ulasan Pelanggan Produk Perawatan Tubuh Ramah | 9 |
| Gambar 2.1 Model Penelitian | 25 |
| Gambar 3.1 Model SEM..... | 42 |
| Gambar 4.1 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Brand Reputation</i> | 63 |
| Gambar 4.2 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Quality of Information</i> | 64 |
| Gambar 4. 3 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Word of Mouth</i> | 65 |
| Gambar 4.4 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Brand Trust</i> | 67 |
| Gambar 4.5 Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Brand Loyalty</i> | 68 |
| Gambar 4.6 <i>Full Model SEM AMOS</i> | 69 |
| Gambar 4.7 <i>Fitted Model</i> | 71 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Produk Perawatan tubuh Ramah Lingkungan | 4 |
| Tabel 2.1 Hipotesis Variabel | 26 |
| Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 26 |
| Tabel 3.1 Indikator Variabel..... | 31 |
| Tabel 3.2 Skala Likert..... | 37 |
| Tabel 3.3 <i>Goodness of Fit Indices</i> | 41 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk | 44 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu | 45 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Produk Perawatan tubuh Ramah Lingkungan Dalam Setahun Terakhir | 46 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 46 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 47 |
| Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili | 48 |
| Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 49 |
| Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan | 49 |
| Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan | 50 |
| Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Reputation</i> | 51 |
| Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Variabel <i>Quality of Information</i> | 52 |
| Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel <i>Word of Mouth</i> | 54 |
| Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i> | 55 |
| Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i> | 56 |

| | |
|--|-----------|
| Tabel 4.15 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Brand Reputation</i> | 59 |
| Tabel 4.16 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Quality of Information</i> | 59 |
| Tabel 4. 17 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Word of Mouth</i> | 60 |
| Tabel 4. 18 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Brand Trust</i> | 61 |
| Tabel 4. 19 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Brand Loyalty</i> | 62 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Brand Reputation</i> | 63 |
| Tabel 4.21 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Quality of Information</i> .. | |
| | 64 |
| Tabel 4. 22 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Word of Mouth</i> | 66 |
| Tabel 4.23 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Brand Trust</i> | 67 |
| Tabel 4.24 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Brand Loyalty</i> | 68 |
| Tabel 4.25 Hasil <i>Full Model SEM AMOS</i>..... | 70 |
| Tabel 4.26 Hasil <i>Fitted Model SEM AMOS</i> | 71 |
| Tabel 4. 27 Pernyataan Indikator <i>Fitted Model</i> | 72 |
| Tabel 4.28 Hasil Uji Hipotesis | 73 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian..... | 93 |
| Lampiran 2. Deskripsi Responden | 100 |
| Lampiran 3. <i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA)..... | 102 |
| Lampiran 4. Uji Reliabilitas..... | 110 |
| Lampiran 5. <i>First Order Construct</i> | 120 |
| Lampiran 6. Uji Hipotesis | 123 |
| Lampiran 7. Hasil Kuesioner Penelitian..... | 124 |
| Lampiran 8. Hasil Cek Turnitin dan Plagiarisme | 125 |
| Lampiran 9. Riwayat Hidup Penulis..... | 126 |

