

PERAN EWOM, *PERCEIVED PRICE*, DAN *PERCEIVED QUALITY* DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* DAN *VISIT INTENTION* DI SANS HOTEL REDDOORZ JAKARTA PADA GENERASI MUDA

SAFITRI EKA LESTARI

1705621018



Proposal Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

***THE ROLE OF EWOM, PERCEIVED PRICE, AND PERCEIVED
QUALITY IN BUILDING BRAND IMAGE AND VISIT
INTENTION AT SANS HOTEL REDDOORZ JAKARTA AMONG
THE YOUNG GENERATION***

SAFITRI EKA LESTARI

1705621018



Intelligentia - Dignitas

*This Thesis Proposal Submitted as a Partial Fulfillment of the Requirements for a
Bachelor's Degree at the Faculty of Economics and Business*

Universitas Negeri Jakarta

***BACHELOR OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

2025

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: feb@unj.ac.id
Laman: feb.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D
NIP/NIDK : 197002122008121001 / 0012027010
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A
NIP/NIDK : 199111022022032013 / 0002119103
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Safitri Eka Lestari
No. Registrasi : 1705621018
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Peran E-WOM, *Perceived Price*, dan *Perceived Quality*, dalam Membangun *Brand Image* dan *Visit Intention* di SANS Hotel RedDoorz Jakarta pada Generasi Muda.

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 11 Juli 2025

Dosen Pembimbing I

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

Dosen Pembimbing II

Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A
NIP. 199111022022032013

Mengetahui,
Koord. Program Studi S1 Manajemen

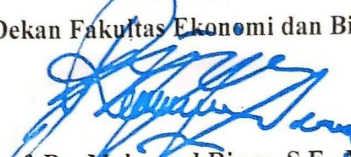
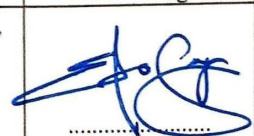
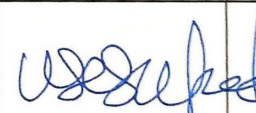
Dr. M. Edo Suryawan Siregar, SE., M.B.A
NIP. 197201252002121002

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. NIP 197201252002121002 (Ketua Penguji)		29/07/2025
2	Dr. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si NIP 197206171999031001 (Penguji 1)		29/07/2025
3	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D NIP 197412212008121001 (Penguji 2)		29/07/2025
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP 197002122008121001 (Pembimbing 1)		30/07/2025
5	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A NIP 199111022022032013 (Pembimbing 2)		29/07/2025
Nama : Safitri Eka Lestari No. Registrasi : 1705621018 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 22 Juli 2025			

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 TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
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 : Safitri Eka Lestari
NIM : 1705621018
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen
Alamat email : safitriekaalestari@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 :

Peran EWOM, *Perceived Price*, dan *Perceived Quality* dalam Membangun *Brand Image* dan *Visit*

Intention di SANS Hotel RedDoorz Jakarta pada Generasi Muda.

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, 28 Juli 2025

Penulis

(Safitri Eka Lestari)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus Universitas Negeri Jakarta, SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta
13220 Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik feb@unj.ac.id
Laman www.feb.unj.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Safitri Eka Lestari
NIM : 1705621018
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini 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 pernah dipublikasikan kecuali secara tertulis jelas dicantumkan sebagai acuan dalam nasikan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan kekeliruan, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28 Juli 2025
Yang membuat pernyataan,

(Safitri Eka Lestari)
NIM. 1705621018

ABSTRAK

Safitri Eka Lestari: “Peran EWOM, *Perceived Price*, dan *Perceived Quality* dalam Membangun *Brand Image* dan *Visit Intention* di SANS Hotel RedDoorz Jakarta pada Generasi Muda”. Skripsi, Jakarta, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2025. Tim Pembimbing: Prof. Usep Suhud. M. Si., Ph.D. dan Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A.

Maksud dari penulisan penelitian ini adalah untuk menguji peran EWOM, *perceived price*, dan *perceived quality* dalam membangun *brand image* serta dampaknya terhadap *visit intention*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner yang didistribusikan secara *online* melalui media sosial. Objek yang diambil dalam penelitian ini adalah calon pelanggan yang mengetahui tentang SANS Hotel RedDoorz, berdomisili di Jakarta, dan merupakan bagian dari generasi muda (berusia minimal 17 tahun). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 277 responden. Penelitian ini menggunakan SEM (*Structural Equation Model*) dengan bantuan *software* AMOS untuk melakukan proses analisis dan pengolahan data. Diharapkan hasil yang didapatkan pada penelitian ini dapat memberikan wawasan baru dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Adapun hasil yang didapatkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa E-WOM, *perceived price*, dan *perceived quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*. Selain itu, semua variabel tersebut beserta *brand image* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *visit intention*.

Kata Kunci: EWOM, *perceived price*, *perceived quality*, *brand image*, *visit intention*

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Safitri Eka Lestari: “The Role of EWOM, Perceived Price, and Perceived Quality in Building Brand Image and Visit Intention at SANS Hotel RedDoorz Jakarta for the Young Generation’. Thesis, Jakarta, S1 Management Study Programme, 2025, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2025. Advisory Team: Prof. Usep Suhud. M. Si., Ph.D. and Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A.

The purpose of writing this research is to examine the role of EWOM, perceived price, and perceived quality in building brand image and its impact on visit intention. Data collection was carried out using a questionnaire method distributed online through social media. The objects taken in this study are potential customers who know about SANS Hotel RedDoorz, live in Jakarta, and are part of the younger generation (at least 17 years old). The sample used in this study totalled 277 respondents. This research uses SEM (Structural Equation Model) with the help of AMOS software to carry out the data analysis and processing process. It is hoped that the results obtained in this study can provide new insights and become a reference for further research. The results obtained in this study show that E-WOM, perceived price, and perceived quality have a positive and significant effect on brand image. In addition, all of these variables along with brand image are also proven to have a positive and significant effect on visit intention.

Keywords: EWOM, perceived price, perceived quality, brand image, visit intention

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat dan hidayah-Nya, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Suatu kebanggaan dan pengalaman yang sangat berharga bagi saya karena dapat menempuh pendidikan di Universitas Negeri Jakarta. Skripsi ini saya persembahkan dengan segenap hati dan rasa bangga terutama bagi diri saya dan untuk kedua orang tua saya yang sangat saya cintai, Ayah Dasuki dan Ibu Triwiyati tercinta serta Adik saya Dwi Prasaja tersayang. Sebagai sarjana yang pertama dan satu-satunya di keluarga saat ini yang dapat diberikan kesempatan untuk menempuh perguruan tinggi negeri. Saya ucapkan terima kasih atas setiap doa yang tak pernah putus, dukungan moral dan materil yang tak terhingga, serta kesabaran tanpa batas yang selalu menjadi sumber kekuatan bagi saya. Setiap langkah, setiap tantangan, dan setiap pencapaian dalam perjalanan akademik ini tidak akan pernah terwujud tanpa restu dan pengorbanan Ayah dan Ibu. Semoga skripsi ini dapat menjadi secercah kebahagiaan dan wujud bakti saya untuk membalas kasih sayang kalian yang tiada tara. Rasa terima kasih yang mendalam juga saya haturkan kepada kedua dosen pembimbing saya yang luar biasa, Bapak Prof. Usep Suhud. M.Si., Ph.D. dan Ibu Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A., dan ketiga dosen penguji saya Bapak Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A., Bapak Dr. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si., Bapak Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D. Terima kasih atas waktu, ilmu, dan kesabaran yang telah Bapak dan Ibu curahkan dalam mengarahkan pemikiran peneliti. Setiap masukan, kritik yang membangun, dan pintu diskusi yang selalu terbuka telah memberikan wawasan yang sangat berharga dan membantu saya melewati setiap kesulitan dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan baik. Tidak lupa, rasa terima kasih yang tulus juga peneliti sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam proses baik naik atau turun, yang senantiasa memberikan doa restu dan dukungan dalam setiap langkah peneliti.

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan nikmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Peran E-WOM, *Perceived Price*, dan *Perceived Quality* dalam Membangun *Brand Image* dan *Visit Intention* di SANS Hotel RedDoorz Jakarta pada Generasi Muda”. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Tentunya dalam penyusunan skripsi ini, masih terdapat ketidaksempurnaan dan tidak terlepas dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta dan Dosen Pembimbing Akademik.
2. Bapak Dr. M. Edo S. Siregar, S. E., M. B. A, selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen dan Ketua Sidang.
3. Bapak Prof. Usep Suhud. M. Si., Ph.D. dan Ibu Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A., selaku tim dosen pembimbing serta Bapak Dr. Setyo Ferry Wibowo, Bapak Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D., selaku tim dosen penguji yang telah memberikan ilmu, saran, arahan serta motivasi dan dukungan agar skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi terkhusus Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Keluarga tercinta, kedua orang tua Ayah Dasuki dan Ibu Triwiyati. Juga kepada Mbah Kung Sriyanto, Mbah Uti Ratinah, serta doa untuk Almh.

Nenek Saodah dan Alm. Kakek Matnur. Tidak lupa untuk Om Apet, Om Suki, Budeh Vika, Budeh Nur, Nci Yani, Tante Winda, Mba Citra, Teteh Tati, Teteh Diyan, Om Bayu, Bang Tiyo, serta seluruh saudara-saudara yang saya sayangi dan banggakan yaitu Dwi, Rafi, Wiji, Tiyas, Firman, Zaka, Haniyah, Raihana, Erzhan, Mm. Jasmine dan Aurora serta saudara lainnya.

6. Teman-teman serta orang terdekat yang selalu mendukung, yaitu Aurora, Magitha, Chorina, Salma A., Shilvi, Adella, Salma N., Edith, Iqbal, Gita, Asa, Yoshua, Shiti, Cici, Tiwi, Nanda, Ihsan, Kak Silvi, Alya, Selvy, Salma, Devri, Fakhri, Satria, Zul, Sevia, Farrel, Charles, Wira, Jojo, Ikmal, Nova, Serly, Erlina, Haikal, Kak Syera, Kak Novi, Kak Desni, Kak Jasmine, Kak Mia, Kak Cantika, Zha, Kak Ravli, Kak Rifa, Kak Ilham, Alfarel, Eka, Ade, Ilhan, Namira, Aping, Intan, Septa, Niken, Nur, Diana yang telah memberi bantuan dan arahan kepada peneliti.
7. Dan pihak-pihak lainnya yang turut serta mendoakan dan membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan semuanya.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan pada penyusunan skripsi ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang dimiliki dan faktor penghambat lainnya. Semoga dengan ditulisnya penelitian ini, dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi peneliti maupun pembacanya.

Jakarta, 13 Juli 2025

Safitri Eka Lestari

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoretis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Teori Pendukung	16
2.1.1 EWOM.....	19
2.1.2 <i>Perceived Price</i>	23
2.1.3 <i>Perceived Quality</i>	26
2.1.4 <i>Brand Image</i>	28

2.1.5 Visit Intention	31
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	32
2.2.1 EWOM dan <i>Brand Image</i>	32
2.2.2 <i>Perceived Price</i> dan <i>Brand Image</i>	34
2.2.3 <i>Perceived Quality</i> dan <i>Brand Image</i>	35
2.2.4 EWOM dan <i>Visit Intention</i>	37
2.2.5 <i>Perceived Price</i> dan <i>Visit Intention</i>	38
2.2.6 <i>Perceived Quality</i> dan <i>Visit Intention</i>	40
2.2.7 <i>Brand Image</i> dan <i>Visit Intention</i>	41
2.3 Hipotesis Penelitian	43
2.4 Hasil Penelitian yang Relevan	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	47
3.2 Desain Penelitian	47
3.3 Populasi dan Sampel	47
3.3.1 Populasi	47
3.3.2 Sampel	48
3.4 Pengembangan Instrumen	49
3.4.1 Variabel Penelitian	49
3.4.2 Operasionalisasi Variabel	50
3.4.3 Skala Pengukuran	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data	54
3.6 Teknik Analisis Data	54
3.6.1 Uji Validitas	55
3.6.2 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	55

3.6.3 Uji Reliabilitas	56
3.6.4 Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Deskripsi Data	63
4.1.1 Karakteristik Responden.....	63
4.1.2 Analisis Dekriptif	69
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	74
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	74
4.2.2 Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	94
4.2.3 Uji Hipotesis	94
4.2.4 Pembahasan	97
BAB V PENUTUP.....	103
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Implikasi	106
5.2.1 Implikasi Teoretis	106
5.2.2 Implikasi Praktis	107
5.3 Keterbatasan Penelitian	110
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN	126
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	163

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Perkembangan Jumlah Hotel Berbintang di Jakarta 2020-2023.....	3
Gambar I. 2 Tingkat Penghunian Kamar Hotel Berbintang di Jakarta 2021-2024. 4	
Gambar I. 3 <i>Startup</i> Hotel dan Perjalanan Paling Populer di Indonesia	5
Gambar I. 5 Profil tamu SANS Hotel RedDoorz	7
Gambar 2. 1 Model Penelitian	44
Gambar 4. 1 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel EWOM.....	82
Gambar 4. 2 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Perceived Price	83
Gambar 4. 3 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Perceived Quality	85
Gambar 4. 4 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Brand Image	86
Gambar 4. 5 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel Visit Intention	87
Gambar 4. 6 <i>Measurement</i> Model SEM AMOS	88
Gambar 4. 7 <i>Full</i> Model SEM AMOS	90
Gambar 4. 8 <i>Fitted</i> Model SEM AMOS	91

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar SANS Hotel dari RedDoorz.....	8
Tabel 1. 2 Ulasan tamu SANS Hotel di Jakarta	9
Tabel 2. 1 Hipotesis Variabel.....	44
Tabel 2. 2 Hasil Penelitian yang Relevan	45
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	50
Tabel 3. 2 Skala Likert	53
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	65
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	66
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	67
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan Perbulan ..	68
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	68
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel EWOM.....	69
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Price</i>	71
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality</i>	72
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	73
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Variabel <i>Visit Intention</i>	74
Tabel 4. 13 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel EWOM.....	76
Tabel 4. 14 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Perceived Price</i>	78
Tabel 4. 15 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Perceived Quality</i>	79
Tabel 4. 16 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i>	80
Tabel 4. 17 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Visit Intention</i>	81
Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel EWOM	83
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Perceived Price</i>	84
Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Perceived Quality</i>	85
Tabel 4. 21 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Brand Image</i>	86
Tabel 4. 22 Hasil Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Visit Intention</i>	87
Tabel 4. 23 Hasil <i>Measurement Model</i> SEM AMOS	89

Tabel 4. 24 Hasil <i>Full Model</i> SEM AMOS	90
Tabel 4. 25 Hasil <i>Fitted Model</i> SEM AMOS	92
Tabel 4. 26 Pernyataan Indikator <i>Fitted Model</i>	93
Tabel 4. 27 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	94
Tabel 4. 28 Hasil Uji Hipotesis	95



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	126
Lampiran 2. Hasil Analisis Data	134
Lampiran 3. Hasil Uji Turnitin	147



Intelligentia - Dignitas