

## DAFTAR ISI

<b>Lembar Persetujuan Skripsi .....</b>	<b>ii</b>
<b>Lembar Pengesahan .....</b>	<b>iii</b>
<b>Ucapan Terimakasih .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	6
1.3. Batasan Masalah .....	6
1.4. Rumusan Masalah.....	7
1.5. Tujuan Penelitian .....	7
1.6. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1 Electronic Word of Mouth.....	9
2.1.1.1 Dimensi Electronic Word of Mouth .....	9
2.1.2 Perceived Value .....	9
2.1.2.1 Dimensi Perceived Value .....	10
2.1.3 Citra Merek.....	10
2.1.3.1 Dimensi Citra Merek .....	11
2.1.4 Minat Beli .....	12
2.1.4.1 Dimensi Minat Beli .....	13
2.2. Penelitian Terdahulu .....	13
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	16
2.3.1 Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Merek ...	16
2.3.2 Pengaruh Perceived Value terhadap Citra Merek .....	16
2.3.3 Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli.....	16
2.3.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli .....	16
2.3.5 Pengaruh Perceived Value terhadap Minat Beli .....	17
2.4. Hipotesis .....	17
2.5. Model Penelitian .....	17

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
3.1. Desain Penelitian .....	18
3.2. Objek Penelitian .....	18
3.3. Tempat dan Waktu Penelitian .....	18
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	18
3.4.1 Sumber Data .....	18
3.4.2 Jenis Data .....	19
3.5. Populasi dan Sampel Penelitian .....	20
3.5.1 Populasi .....	20
3.5.2 Sampel .....	20
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	21
3.6. Definisi Operasional Variabel .....	21
3.6.1 Variabel Eksogen .....	21
3.6.2 Variabel Endogen .....	21
3.6.3 Variabel Interveing .....	21
3.7. Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.8. Teknik Analisis Data .....	24
3.9. Analisis Model SEM-PLS .....	25
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	28
4.2 Hasil pengujian .....	30
4.2.1. Uji Validitas .....	31
4.2.2. Uji Reliabilitas .....	33
4.2.3. Pengujian Model Struktural Konstruk Reflektif .....	34
4.2.4. Uji Hipotesis .....	36
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian .....	37
5.1.1 Hubungan Electronic Word of Mouth Terhadap Citra Merek .....	37
5.1.2 Hubungan Perceived Value terhadap Citra Merek .....	37
5.1.3 Hubungan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli .....	37
5.1.4 Hubungan Perceived Value Terhadap Minat Beli .....	38
5.1.5 Hubungan Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	38

<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>39</b>
6.1 Kesimpulan .....	39
6.2 Saran .....	39
6.3 Implikasi Penelitian .....	40
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>42</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>45</b>

**DAFTAR TABEL**

1.1 Market Share Industri Lipstik .....	5
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	13
3.1 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	22
3.2 Tabel Skor Skala Likert .....	24
4.1 Hasil Outer Loading.....	31
4.2 Hasil AVE Variabel Laten .....	32
4.3 Hasil Validitas Diskriminan.....	33
4.4 Composite Reliability .....	33
4.5 Crobachs Alpha.....	34
4.6 Hasil R-square.....	35
4.7 Hasil Path Coefficients (Mean, T-Value, P value).....	35

**DAFTAR GAMBAR**

1.1 Penetrasi Pengguna Internet.....	1
1.2 Jenis Konten Internet yang Diakses .....	2
1.3 Konten Media Sosial Yang Sering di Kunjungi .....	3
1.4 Pentingnya Suatu Ulasan Menurut Pengguna Internet .....	4
1.5 Produk Merek Revlon yang Diminati .....	5
2.1 Gambar Model Penelitian .....	17
4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	28
4.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	29
4.3 Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	29
4.4 Responden Berdasarkan Domisili .....	30
4.5 Gambar Model Akhir Output Smart PLS .....	36