

DAFTAR ISI

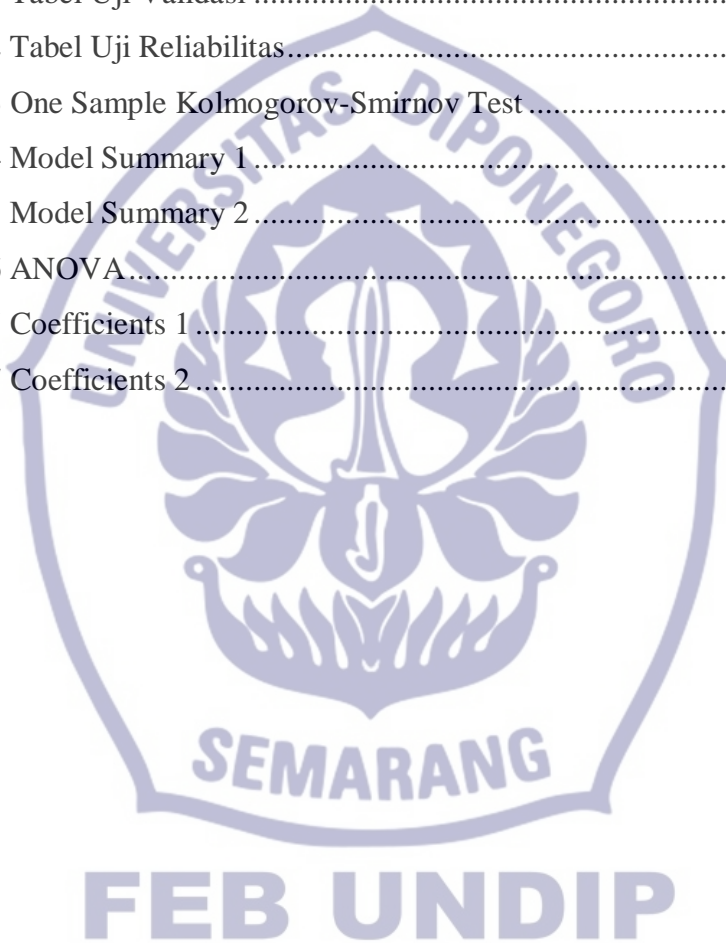
| | |
|---|-------------|
| PERSETUJUAN SKRIPSI | .i |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN | .ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | .iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | .iv |
| ABSTRACT | .v |
| ABSTRAK | .vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 11 |
| 1.5 Sistematika Penelitian | 11 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA | 13 |
| 2.1 Landasan Teori | 13 |
| 2.1.1 Komunikasi <i>Electronic Word Of Mouth</i> | 13 |
| 2.1.2 <i>Keamanan</i> | 15 |
| 2.1.3 Kepercayaan..... | 16 |
| 2.1.4 Minat Beli | 17 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 19 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel | 27 |
| 2.3.1 Pengaruh Komunikasi <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Kepercayaan | 27 |
| 2.3.2 Pengaruh Keamanan Terhadap Kepercayaan | 28 |
| 2.3.3 Pengaruh Komunikasi <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Beli | 28 |
| 2.3.4 Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Beli..... | 29 |

| | | |
|----------------|---|-----------|
| 2.3.5 | Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli | 29 |
| 2.4 | Kerangka Pemikiran Teoritis..... | 30 |
| 2.5 | Model Penelitian dan Hipotesis | 30 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | 32 |
| 3.1 | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 32 |
| 3.1.1 | Variabel Penelitian | 32 |
| 3.1.2 | Definisi Operasional | 33 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel..... | 35 |
| 3.2.1 | Populasi | 35 |
| 3.2.2 | Sampel | 35 |
| 3.3 | Jenis Data dan Sumber Data | 36 |
| 3.3.1 | Data Primer | 36 |
| 3.3.1 | Data Sekunder | 36 |
| 3.4 | Metode Pengambilan Data..... | 36 |
| 3.5 | Metode Analisis Data | 37 |
| 3.5.1 | Uji Validitas | 37 |
| 3.5.2 | Uji Realiabilitas..... | 38 |
| 3.5.3 | <i>Path Analysis</i> atau Analisis Jalur | 38 |
| 3.6 | Uji Kelayakan Model..... | 39 |
| 3.6.1 | Uji F (Simultan) | 39 |
| 3.6.2 | Uji R ² (Koefisien Determinasi)..... | 39 |
| 3.6.3 | Uji t..... | 40 |
| 3.6.4 | Uji Mediasi..... | 40 |
| BAB IV | HASIL DAN ANALISIS DATA | 43 |
| 4.1 | Deskripsi Objek Penelitian..... | 43 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 43 |
| 4.1.2 | Gambaran Umum Responden | 43 |
| 4.1.2.1 | Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 44 |
| 4.1.2.2 | Responden Berdasarkan Usia..... | 45 |
| 4.1.2.3 | Responden Berdasarkan profesi | 46 |
| 4.1.2.4 | Responden Berdasarkan Salary/ Penghasilan..... | 46 |

| | | |
|-----------------------------|---|-----------|
| 4.2 | Analisis Data | 47 |
| 4.2.1 | Uji Validitas | 47 |
| 4.2.2 | Uji Reliabilitas | 49 |
| 4.2.3 | Uji Normalitas..... | 50 |
| 4.2.4 | Uji Analisis Path/ analisis Jalur | 51 |
| 4.2.5 | Uji Statistik F | 52 |
| 4.2.6 | Uji Statistik t | 52 |
| 4.3 | Pembahasan | 54 |
| 4.3.1 | H ₁ :Pengaruh Komunikasi EWOM (X1) Terhadap Kepercayaan (Y1) | 54 |
| 4.3.2 | H ₂ :Pengaruh Keamanan (X2) Terhadap Kepercayaan (Y1)..... | 55 |
| 4.3.3 | H ₃ : Pengaruh Komunikasi EWOM (X1) Terhadap Minat Beli(Y2)..... | 55 |
| 4.3.4 | H ₄ : Pengaruh Keamanan (X2) Terhadap Minat Beli (Y2) | 55 |
| 4.3.5 | H ₅ : Pengaruh Kepercayaan (Y1) Terhadap Minat Beli (Y2)..... | 56 |
| 4.3.6 | H ₆ : Pengaruh Komunikasi EWOM (X1) melalui Kepercayaan(Y1) Terhadap Minat Beli (Y2) | 56 |
| 4.3.7 | H ₇ : Pengaruh Keamanan (X2) melalui Kepercayaan (Y1) Terhadap Minat Beli (Y2)..... | 57 |
| BAB V | PENUTUP | 58 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 58 |
| 5.2 | implikasi Teoritis | 58 |
| 5.3 | Implikasi Manajerial | 60 |
| 5.4 | Keterbatasan Penelitian | 61 |
| 5.5 | Saran untuk Penelitian Selanjutnya | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 62 |
| LAMPIRAN KUESIONER | | 64 |
| LAMPIRAN TABULASI DATA..... | | 71 |
| LAMPIRAN OUTPUT SPSS..... | | 89 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Research Gap Penelitian | 7 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 19 |
| Tabel 3.1 Kategori Nilai..... | 36 |
| Tabel 4.1 Tabel Uji Validasi | 48 |
| Tabel 4.2 Tabel Uji Reliabilitas..... | 50 |
| Table 4.3 One Sample Kolmogorov-Smirnov Test | 50 |
| Tabel 4.4 Model Summary 1 | 51 |
| Tabel 4.5 Model Summary 2 | 51 |
| Tabel 4.6 ANOVA..... | 52 |
| Tabel 4.7 Coefficients 1..... | 52 |
| Table 4.7 Coefficients 2..... | 53 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia..... | 2 |
| Gambar 1.2 Jumlah Pengunjung <i>E-Commerce</i> pada Kuartal II Tahun 2022 | 4 |
| Gambar 1.3 Jumlah Pengunjung <i>E-Commerce</i> Tahun Desember 2022- Februari 2023..... | 5 |
| Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 44 |
| Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia..... | 45 |
| Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Profesi..... | 46 |
| Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan | 47 |

