

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR PERSAMAAN	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II DASAR TEORI	8
2.1 Studi Literatur	8
2.1.1 Media Sosial	8
2.1.2 Twitter	8
2.1.3 Menfess dan Bot Auto Base	9
2.1.4 E-WOM atau <i>Electronic Word of Mouth</i>	11
2.1.5 <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli Konsumen)	13
2.1.6 Dimensi e-WOM	14
2.1.7 Motivasi e-WOM	15
2.1.8 <i>Information Acceptance Model (IACM)</i>	15
2.1.9 SEM (Structural Equation Modelling)	17
2.1.10 SEM-PLS (<i>Structural Equation Modelling-Partial Least Square</i>)....	19
2.1.11 <i>Embedded Two Stage Approach</i> Pada SEM-PLS	20
2.1.12 SmartPLS (<i>Smart Partial Least Square</i>)	20
2.1.13 Skala Likert	21
2.1.14 Populasi dan Sampel Penelitian	21
2.1.15 Uji Validitas	22
2.1.16 Uji Reliabilitas	22

2.2	Penelitian Terdahulu	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		27
3.1	Metode Penelitian	27
3.2	Kerangka Kerja <i>IS Research</i>	27
3.3	Objek Penelitian	30
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
3.5	Jenis dan Sumber Data	32
3.5.1	Data Primer	32
3.5.2	Data Sekunder	32
BAB IV ANALISIS DAN PERANCANGAN		33
4.1	Deskripsi Penelitian	33
4.2	Variabel Penelitian	34
4.2.1	Variabel Bebas (<i>Independent</i>).....	34
4.2.2	Variabel Terikat (<i>Dependent</i>).....	34
4.2.3	Definisi Variabel <i>Information Acceptance Model (IACM)</i>	35
4.3	Indikator Penelitian	45
4.3.1	Indikator <i>Electronic Word-of-Mouth</i>	45
4.3.2	Indikator <i>Information Acceptance Model</i>	46
4.4	Kerangka Konseptual	50
4.5	Hipotesis Penelitian	51
4.6	Instrumen Penelitian	57
4.7	Pernyataan Kuesioner	63
4.8	Uji Validitas.....	73
4.9	Uji Reliabilitas.....	77
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....		81
5.1	Data Responden Penelitian	81
5.2	Rekapitulasi Jawaban Pra-pertanyaan Responden	83
5.3	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Responden	87
5.4	Full Model Penelitian SEM-PLS.....	89
5.5	Hasil Pengujian 1 st Stage (<i>Lowest Order</i>)	92
5.5.1	Hasil Pengujian <i>Outer Model (Measurement Model) 1st Stage</i>	94
5.6	Hasil Pengujian 2 nd Stage (<i>Highest Order</i>)	104
5.6.1	Hasil Pengujian <i>Outer Model (Measurement Model) 2nd Stage</i>	105
5.6.2	Hasil Pengujian <i>Inner Model (Structural Model) 2nd Stage</i>	111

5.7	Rekomendasi Penelitian	121
BAB VI PENUTUP		123
6.1	Kesimpulan.....	123
6.2	Saran	126
DAFTAR PUSTAKA		128
LAMPIRAN.....		132