

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Produk dan Layanan Traveloka	2
1.1.3 Segmentasi Traveloka	3
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Identifikasi Masalah.....	21
1.4 Tujuan Penelitian	21
1.5 Manfaat Penelitian	22
1.5.1 Aspek Teoritis.....	22
1.5.2 Aspek Praktis	22
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	23
1.7 Sistematika Penulisan	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Rangkuman Teori.....	24
2.1.1 Media Sosial.....	24
2.1.2 Word of Mouth	24
2.1.3 Electronic Word of Mouth	25
2.1.4 <i>Trust</i>	26
2.1.5 <i>Brand Image</i>	26
2.1.6 <i>Purchase Intention</i>	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.2.1 SKRIPSI.....	28
2.2.2 Jurnal Nasional.....	31

2.2.3 Jurnal Internasional	34
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
2.4 Hipotesis Penelitian	37
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	40
3.2.1 Variabel Operasional	40
3.2.2 Skala Pengukuran.....	46
3.3 Tahapan Penelitian.....	48
3.4 Populasi dan Sampel	48
3.4.1 Populasi.....	48
3.4.2 Sampel.....	49
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	50
3.5.1 Pengumpulan Data	50
3.5.2 Sumber Data.....	51
3.6 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	52
3.6.1 Uji Validitas	52
3.6.2 Uji Reabilitas	54
3.7 Metode Analisis Data.....	55
3.7.1 Partial Least Square (PLS).....	55
3.7.2 Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	56
3.7.3 Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>).....	57
3.8 Teknik Analisis Data.....	59
3.8.1 Analisis Deskriptif	59
3.8.2 <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	61
3.9 Pengujian Hipotesis	61
3.9.1 Pengujian Secara Parsial (Uji t)	62
BAB IV	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Pengumpulan Data	63
4.2 Karakteristik Responden	63
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili di Indonesia.....	66
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	68

4.3 Hasil Penelitian	68
4.3.1 Analisis Deskriptif	69
4.3.2 Structural Equation Modeling (SEM)	84
4.4 Hasil Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	84
4.5 Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	89
4.5.1 Evaluasi Pengukuran Structural	90
4.5.2 Predictive Relevance	91
4.5.3 Uji Hipotesis	92
4.5.4 Model Persamaan	97
4.6 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan	103
BAB V	114
KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1 Kesimpulan	114
5.2 Saran	115
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	116
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	118
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	122