

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	II
HALAMAN PERNYATAAN	III
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAK.....	V
ABSTRACT	VI
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
BAB I.....	2
PENDAHULUAN	2
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Perumusan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.5.1 Aspek Praktis	19
1.5.2 Aspek Akademis	19
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	19
BAB II	21
TINJAUAN PERPUSTAKAAN.....	21
2.1 Teori-teori terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	21

2.1.2 <i>Marketing Communication</i>	21
2.1.3 <i>Electronic Word-of-Mouth</i>	22
2.1.3.1 Information Quality	24
2.1.3.2 Information Quantity	24
2.1.3.3 Information Credibility	25
2.1.3.4 Information Task-Fit	25
2.1.3.5 Needs of Information	25
2.1.3.6 Attitude towards Information	26
2.1.4 <i>Political Marketing</i>	26
2.1.9 Voting Decision	31
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.2.1 Jurnal Nasional	34
2.2.2 Jurnal Internasional	35
2.3 Kerangka Pemikiran	39
BAB III	47
METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian	47
3.2 Operasionalisasi Variabel	48
3.5 Tahap Penelitian	55
3.6 Populasi dan Sampel	56
3.7 Pengumpulan Data dan Sumber Data	58
3.7.1 Teknik Pengumpulan Data	58
3.7.2 Sumber Data	58

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	58
3.8.1 Uji Validitas.....	58
3.8.2 Uji Reliabilitas	64
3.9 Teknik Analisis Data	65
3.9.1 <i>Structural Equational Modeling (SEM)</i>	65
3.9.1.1 <i>Partial Least Square (PLS)</i>	65
3.9.2 Uji Hipotesis	67
BAB IV	69
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Pengumpulan Data	69
4.2 Karakteristik Responden	69
4.3 Hasil Penelitian.....	70
4.3.2 Pengujian Outer Model.....	83
4.3.2.1 Uji Validitas.....	83
4.3.2.2 Uji Reliabilitas	87
4.3.3 Pengujian <i>Inner Model</i>	87
4.3.3.1 <i>Coefficient of Determination (R²)</i>	88
4.3.3.2 <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	89
4.3.3.3 <i>Goodness of Fit Model</i>	89
4.3.3. Pengujian Variabel Mediasi.....	90
4.4 Pengujian Hipotesis.....	93
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
BAB V.....	104

KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran.....	105
5.2.1 Saran Praktis.....	105
5.2.2 Saran Teoritis.....	110
5.2.3 Saran Untuk Platform <i>Provider</i> Informasi (TikTok).....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112