

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	2
1.1.3 Logo Perusahaan.....	2
1.1.4 Produk Fore Coffee.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	13
BAB II TINJAUAN PERPUSTAKAAN	12
2.1 Teori – Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran	12
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.3 <i>Consumer Behavior</i>	13
2.1.4 <i>Information Adoption Model (IAM)</i>	14
2.1.5 <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	16
2.1.6 <i>Information Quality</i>	17
2.1.7 <i>Information Quantity</i>	18
2.1.8 <i>Information Credibility</i>	19

2.1.9 <i>Information Usefulness</i>	20
2.1.10 <i>Information Adoption</i>	21
2.1.11 <i>Purchase Intention</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis Penelitian	31
2.4.1 <i>Information Quality</i> terhadap <i>Information Usefulness</i>	31
2.4.2 <i>Information Quantity</i> terhadap <i>Information Usefulness</i>	32
2.4.3 <i>Information credibility</i> terhadap <i>Information Usefulness</i>	33
2.4.4 <i>Information Usefulness</i> terhadap <i>Information Adoption</i>	34
2.4.5 <i>Information Adaption</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3.3 Operasionalisasi Variabel	38
3.3.1 Skala Pengukuran	45
3.4 Tahapan Penelitian	46
3.5 Populasi dan Sampel/Situasi Sosial	48
3.5.1 Populasi	48
3.5.2 Sampel	49
3.5.3 Teknik Sampling	50
3.6 Pengumpulan Data dan Sumber Data	51
3.6.1 Data Primer	51
3.6.2 Data Sekunder	52
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	53
3.7.1 Uji Validitas	53
3.7.2 Uji Reliabilitas	54
3.7.3 Uji Normalitas	55
3.8 Teknik Analisis Data	56
3.8.1 Pengukuran	56
3.8.2 Klasifikasi Interval Data	57
3.8.3 Analisis Deskriptif	58

3.8.4 Analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	60
3.8.5 Partial Least Square (PLS).....	60
3.8.6 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	61
3.8.7 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	62
3.8.8 Uji Hipotesis	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Pengumpulan Data	65
4.2 Karakteristik Responden	65
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Umur	66
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	67
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	67
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Perolehan Informasi mengenai Merek Fore Coffee	69
4.3 Analisis Deskriptif.....	70
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Information Quality</i>	70
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Information Quantity</i>	76
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Information Credibility</i>	78
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Information Usefulness</i>	82
4.3.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Information Adoption</i>	85
4.3.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	88
4.4 Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	92
4.4.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	93
4.4.2 Evaluasi <i>Inner Model</i>	98
4.5 Uji Hipotesis.....	101
4.6 Pembahasan	104
4.6.1 Pembahasan Analisis Deskriptif	104
4.6.2 Pembahasan Berdasarkan Pengujian Hipotesis	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran.....	115
5.2.1 Saran Praktis	115

5.2.2 Saran Teoritis	116
DAFTAR PUSTAKA.....	118
DAFTAR LAMPIRAN	134
Lampiran 1: Kuesioner	134
Lampiran 2: Link Kuesioner	139
Lampiran 3: Perbandingan Jumlah Gerai Brand Kopi di Indonesia Tahun 2024-2025	140
Lampiran 4: Proyeksi Nilai Pasar Industri Kopi di Indonesia Tahun 2023 dan 2030	141
Lampiran 5: Komentar Pelanggan terkait Produk Fore Coffee di TikTok	142
Lampiran 6: Hasil Penerjemah Tersumpah	144
Lampiran 7: Uji Validitas SPSS	145
Lampiran 8: Uji Reliabilitas	147
Lampiran 9: Uji Normalitas	149
Lampiran 10: Hasil Analisis Smart PLS.....	150