

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa memberikan izin, berkah, hikmah dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul (*PENGARUH SOCIAL MEDIA USAGE DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PURCHASE DESICION INVOLVEMENT YANG DI MEDIASI OLEH TRUST PADA BLIBLI*) dengan tepat waktu. Penulisan skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Pelita Harapan.

Dalam penyusunan skripsi ini memiliki banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, namun penulis dapat melaluinya berkat adanya bimbingan, bantuan, doa dari banyak pihak baik dari segi moral dan spiritual. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat untuk menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Secara khusus kepada:

1. Ibu Drs. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Vina V. Nugroho, S.E., M.M, Selaku Pimpinan dari studi Manajemen Universitas Pelita Harapan.
3. Ibu Ir. Dewi Surya Wuisan, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak dukungan secara edukasi dan mental.

4. Ibu Dr. Pauline H. Pattyranie Tan, M.Si., selaku Pembimbing Akademik yang membantu saya selama masa perkuliahan saya.
5. Kedua orang tua saya yang telah memberikan secara emosional, material, dan spiritual.
6. Seluruh jajaran karyawan yang memabantu penulis dalam memenuhi syarat penulisan tugas akhir.
7. Kepada Ryo Fabian dan Irene Jessica yang telah menemani penulis dalam pengerjaan tugas akhir.
8. Kepada keluarga Kafe Pendekar yang memberikan dukungan moral dan mental dalam penulisan tugas akhir.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan yang luar biasa.

Terakhir, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis meminta ritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun kerana dapat bermanfaat bagi penulis dami kesempurnaan skripsi ini. Serta penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca.

Tangerang, 2021, Peneliti

DAFTAR PUSTAKA

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR PUSTAKA	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DATAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang penelitian	2
1.2 Pertanyaan penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Batasan Masalah	12
1.5.1 Ruang Lingkup Masalah	13
1.6 Sistematika penulisan	14
BAB II	16
TINJAUAN LITERATUR	16
2.1 Pemasaran	17
2.2 Perilaku Konsumen	18
2.3 Teori Stimulus Organism Response	20
2.4 Social Media Usage	21
2.5 Electronic Word Of Mouth	22
2.6 Trust	23
2.7 Purchase Decision Involvement	24
2.8 Hubungan Antar Variabel	24
2.8.1 Social media usage dan Purchase decision involvement	24
2.8.2 Electronic Word Of Mouth dan Purchase Decision Involvement	25

2.8.3	Hubungan antara <i>Social Media Usage</i> dan <i>Purchase decision involvement</i> yang di mediasi oleh <i>Trust</i>	26
2.8.4	Hubuungan antara <i>electronic word of mouth</i> dan <i>purchase decision involvement</i> yang di mediasi oleh <i>trust</i>	27
2.9	Model Penelitian Dan Hipotesis	28
BAB III	30
METODE PENELITIAN	30
3.1	Paradigma penelitian	31
3.2	Metode Penelitian Kuantitatif	33
3.3	Tipe Tujuan Penelitian	35
3.3.1	Hipotesis	37
3.4	Unit Analisis.....	39
3.5	Pengukuran Variabel.....	41
3.6	Definisi Konseptual dan Operasional.....	43
3.7	Skala Pengukuran	47
3.8	Metode Pengumpulan Data	51
3.8.1	Kuesioner Elektronik	53
3.9	Etika Pengumpulan Data	54
3.10	Teknik Pembuatan Kuesioner	55
3.10.1	Konten dan Tujuan Pertanyaan	56
3.10.2	Susunan Kata dan Bahasa	56
3.10.3	Tipe dan Bentuk Pertanyaan	57
3.10.4	Pengurutan Pertanyaan	58
3.10.5	Klarifikasi Data atau Informasi Personal	59
3.11	Penerjemahan Kembali	59
3.12	Desain Sampel	61
3.12.1	Menentukan Target Populasi	61
3.12.2	Menentukan Kerangka Sampling	62
3.12.3	Menentukan Teknik Pengambilan Sampel	62

3.12.4	Menentukan Jumlah Sampel	65
3.12.5	Proses Pengambilan Sampel.....	65
3.12.6	Validasi Sampel.....	65
3.13	Metode Data Analisis	66
3.13.1	Mersiapkan Data Untuk Di Analisis	67
3.13.1.1	Pengecekan Kuesioner	68
3.13.1.2	Mengedit Data	68
3.13.1.3	Mengkodekan Data	69
3.13.1.4	Transkrip Data	69
3.13.1.5	Membersihkan Data.....	70
3.13.2	Merasakan Data	71
3.13.3	Menguji Kebajikan Data	72
3.13.3.1	Uji Reliabilitas	73
3.13.3.2	Uji Validitas	78
3.14	Studi Pendahuluan.....	81
3.15	Studi Aktual.....	81
3.16	Structural Equation Model	82
3.16.1	Uji Mediasi.....	83
3.17	Structural Equation Model	84
BAB IV	88
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	88
4.1	Profil Responden.....	89
4.2.1	Statistik Deskriptif Studi Pendahuluan	91
4.3	Menguji Keabaikan Data Studi Pendahuluan.....	93
4.3.1	Hasil Uji Realibilitas Studi Pendahuluan	93
4.4	Hasil Uji Validitas Studi Pendahuluan	96
4.5	Hasil Pengujian Aktual.....	99
4.5.1	Statistik Deskriptif Studi Aktual	99
4.6	Menguji Keabaikan Data Tes Aktual	101

4.6.1	Hasil Uji Reliabilitas Tes Asktual	102
4.6.2	Hasil Uji Validitas Tes Aktual	104
4.7	Uji Hipotesis	109
4.7.1	Model Pengukuran	109
4.7.2	Model Struktural	111
4.8	Goodness of Fit	115
4.9	Pembahasan	117
BAB V	121
KESIMPULAN DAN SARAN	121
5.1	Pembatasan Penelitian	121
5.2	Kesimpulan	122
5.3	Implikasi Teoritis	123
5.4	Implikasi Manajerial	125
5.5	Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Langkah-langkah Bab I	1
Gambar 1.2 Statistik perkembangan <i>e-commerce</i> di Indonesia	3
Gambar 2.1 Alur Penulisan	17
Gambar 2.2 Model hipotesis	29
Gambar 3.1 Alur Penulisan Bab III.....	31
Gambar 3.2 Hipotesis	41
Gambar 3.3 Bentuk Variabel.....	44
Gambar 3.4 Model Penelitian.....	45
Gambar 3.5 Contoh Skala <i>Likert</i>	56
Gambar 3.6 Tahap Pembuatan Kuesioner.....	61
Gambar 3.7 Proses Penerjemahan kembali	66
Gambar 3.8 Proses pengambilan sampel.....	67
Gambar 3.9 Persiapan Data	73
Gambar 3.10 Persiapan Data	74
Gambar 3.11 Metode Pengujian Realibilitas.....	82
Gambar 3.12 Rumus korelasi Pearson	87
Gambar 3.13 Rumus AVE	88
Gambar 3.14 Rumus Uji Sobel	92
Gambar 4.1 Kerangka Alur Bab IV	96
Gambar 4.2 PLS	120
Gambar 4.3 <i>Path</i> Model Struktural – <i>Bootsrapping</i>	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	4
Tabel 1.2.....	5
Tabel 3.1.....	32
Tabel 3.2.....	36
Tabel 3.3.....	38
Tabel 3.4.....	42
Tabel 3.5.....	46
Tabel 3.6.....	54
Tabel 3.7.....	57
Tabel 3.8.....	61
Tabel 3.9.....	63
Tabel 3.10.....	67
Tabel 3.11.....	68
Tabel 3.12.....	72
Tabel 3.13.....	78
Tabel 3.14.....	85
Tabel 3.15.....	88
Tabel 3.16.....	95
Tabel 4.1.....	90
Tabel 4.2.....	92
Tabel 4.3.....	95

Tabel 4.4.....	96
Tabel 4.5.....	97
Tabel 4.6.....	98
Tabel 4.7.....	99
Tabel 4.8.....	100
Tabel 4.9.....	103
Tabel 4.10.....	105
Tabel 4.11.....	106
Tabel 4.12.....	107
Tabel 4.13.....	108
Tabel 4.14.....	110
Tabel 4.15.....	113
Tabel 4.16.....	113
Tabel 4.17.....	114
Tabel 4.18.....	116