

DAFTAR ISI

COVER	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis	12
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Word of Mouth.....	15
2.1.2 Review Quality	16
2.1.3 Review Quantity	17
2.1.4 Review Credibility.....	18
2.1.5 Purchase Intention	18
2.2 Keterkaitan Antara Variabel	21
2.2.1 Hubungan antara <i>review quality</i> dengan <i>purchase intention</i>	21
2.2.2 Hubungan antara <i>review quantity</i> dengan <i>online purchase intention</i> ..	22
2.2.3 Hubungan antara <i>review credibility</i> dengan <i>online purchase intention</i>	22
2.3 Kerangka Konseptual	23
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN	24

3.1	Subjek dan Objek Penelitian	24
3.1.1	Objek Penelitian	24
3.1.2	Subjek Penelitian	24
3.2	Unit Analisis	25
3.3	Tipe Penelitian	25
3.4	Operasionalisasi Variabel Penelitian	26
3.5	Skala Pengukuran	30
3.6	Populasi dan Sampel	32
3.6.1	Metode Penarikan Sampel	32
3.6.2	Ukuran Sampel	32
3.7	Metode Pengumpulan Data	33
3.8	Analisis Data	33
3.8.1	Statistik Deskriptif	33
3.8.2	Statistik Inferensial	33
3.8.3	<i>Partial Least Squares (PLS) - Structural Equation Model (SEM)</i>	34
3.8.3.1	<i>Outer Model</i>	35
3.8.3.2	<i>Inner Model</i>	37
3.9	<i>Pre-test</i>	38
3.9.1	Hasil Uji Validitas Konvergen <i>Pretest</i>	38
3.9.2	Hasil Uji Validitas Diskriminan <i>Pretest</i>	43
3.9.3	Hasil Uji Reliabilitas <i>Pretest</i>	44
BAB IV	46
HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Profil Responden	46
4.1.1	Jenis Kelamin	46
4.1.2	Usia	46
4.1.3	Domisili	47
4.1.4	Pekerjaan	48
4.1.5	Tingkat Pendapatan	48
4.2	Tes Aktual	49
4.2.1	Statistik Deskriptif	49
4.2.2	Statistik Inferensial	52

4.2.3	Validitas Konvergen Tes Aktual.....	53
4.2.4	Validitas Diskriminan Tes Aktual	56
4.2.5	Reliabilitas Tes Aktual	58
4.2.6	<i>Outer Model</i>	59
4.2.7	Uji Multikolinearitas	60
4.2.8	Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.2.9	Relevansi Prediktif (Q^2)	62
4.3.10	Uji Hipotesis	63
4.3.11	<i>Inner model</i>	65
4.4	Pembahasan	65
BAB V.....		69
KESIMPULAN DAN SARAN.....		69
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Implikasi Teoretis	69
5.3	Implikasi Manajerial	70
5.4	Keterbatasan dan Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN.....		80
LAMPIRAN		80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Lima Besar Top Brand Index Sepatu Kasual Tahun 2015-2021	7
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	26
Tabel 3. 2 Kuesioner Dengan Skala Likert	31
Tabel 3. 3 Hasil Pretest Uji Validitas Konvergen (Review Quality)	39
Tabel 3. 4 Hasil Pretest Uji Validitas Konvergen (Review Quantity)	39
Tabel 3. 5 Hasil Pretest Uji Validitas Konvergen (Review Credibility)	40
Tabel 3. 6 Hasil Pretest Uji Validitas Konvergen (Purchase Intention)	40
Tabel 3. 7 Hasil Pretest Uji Validitas Konvergen (Gabungan)	41
Tabel 3. 8 Hasil AVE Pretest Uji Validitas Konvergen	43
Tabel 3. 9 Hasil Pretest Validitas Diskriminan (HTMT)	43
Tabel 3. 10 Hasil Pretest Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.1 Persentasi Usia.....	46
Tabel 4.2 Persentasi Domisili.....	47
Tabel 4.3 Persentasi Pekerjaan	48
Tabel 4.4 Persentasi Tingkat Pendapatan.....	49
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif (Review Quality)	50
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif (Review Quantity).....	50
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif (Review Credibility)	51
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif (Purchase Intention)	52
Tabel 4.9 Hasil Validitas Konvergen Tes Aktual (Outer Loading).....	53
Tabel 4.10 Hasil Validitas Konvergen Tes Aktual Baru (Outerloading)	55
Tabel 4.11 Hasil Validitas Konvergen Tes Aktual (AVE)	56
Tabel 4.12 Validitas Diskriminan Tes Aktual (Cross Loadings).....	56
Tabel 4.13 Validitas Diskriminan Tes Aktual (HTMT)	58
Tabel 4.14 Hasil Realibilitas Tes Aktual	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas (Outer).....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas (Inner)	61
Tabel 4.17 Nilai R-Square	62

Tabel 4.18 Hasil Relevansi Prediktif (Q^2) 63

Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis 63



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 Nilai Pasar Sneakers dimulai Tahun 2012-2025..... 3**
Gambar 1. 2 Penjualan Produk Sepatu pada Beberapa Merek Olahraga di Dunia (2020).....3
Gambar 1. 3 Michael Jordan menggunakan Air Jordan IError! Bookmark not defined.

