

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	12
1.5 Batasan Penelitian .....	12
1.6 Sistematika Penelitian .....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	14
2.1 Variabel Penelitian .....	14
2.1.1 Brand Trust .....	14
2.1.2 OBC Trust .....	15
2.1.3 Repurchase Intention .....	17
2.1.4 Positive E-Wom Intention .....	18
2.2 Hubungan Antar Variabel .....	20
2.2.1 Hubungan Brand Trust terhadap OBC Trust .....	20
2.2.2 Hubungan Brand Trust terhadap Repurchase Intention .....	21
2.2.3 Hubungan OBC Trust terhadap Repurchase Intention .....	21
2.2.4 Hubungan Brand Trust terhadap Positive E-WOM Intention .....	22
2.2.5 Hubungan OBC Trust terhadap Positive E-WOM Intention .....	23
2.2.6 Hubungan Repurchase Intention terhadap Positive E-WOM Intention .....	24
2.3 Model Penelitian .....	25
BAB III METODE PENELITIAN .....	26
3.1 Objek Penelitian .....	26
3.2 Unit Analisis .....	26
3.3 Tipe Penelitian .....	28
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	29
3.5 Populasi dan Sampel .....	31
3.5.1 Penentuan Jumlah Sampel .....	32
3.5.2 Metode Penarikan Sampel .....	32
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	33
3.7 Metode Analisis Data .....	35
3.7.1 Statistik Deskriptif .....	36
3.7.2 Statistik Inferensial .....	37
3.7.2.1 Structural Equation Modelling - Partial Least Square .....	38

3.7.2.1.1	Outer Model (Model Pengukuran) .....	39
3.7.2.1.2	Inner Model (Model Struktural).....	41
3.8	Hasil Uji Instrumen Pendahuluan (Pre-test).....	43
3.8.1	Outer model - Pendahuluan .....	44
3.8.2	Uji Validitas Konvergen Pendahuluan – Outer Loading .....	44
3.8.3	Uji Validitas Konvergen Pendahuluan - AVE.....	45
3.8.4	Pengujian Validitas Diskriminan Pendahuluan .....	46
3.8.5	Hasil Reliabilitas Pendahuluan .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>49</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	49
4.1.1	Profil Responden .....	49
4.1.1.1	Jenis Kelamin .....	50
4.1.1.2	Usia.....	51
4.1.1.3	Domisili .....	52
4.1.1.4	Tingkat Pendidikan.....	52
4.1.1.5	Pekerjaan .....	53
4.1.1.6	Pengeluaran Berbelanja Online Didalam 1 Bulan.....	54
4.1.1.7	Terakhir kali Redponden Menggunakan E-Commerce Lazada.....	56
4.1.1.8	Berapa lama telah memakai e-commerce Lazada .....	57
4.1.1.9	Jumlah penggunaan e-commerce Lazada dalam 1 bulan .....	57
4.1.2	Analisis Deskriptif .....	58
4.1.2.1	Brand Trust .....	59
4.1.2.2	OBC Trust.....	61
4.1.2.3	Positive E-WOM Intention .....	62
4.1.2.4	Repurchase Intention .....	64
4.1.3	Analisis Data Penelitian.....	65
4.1.3.1	Outer Model.....	66
4.1.3.1.1	Uji Validitas .....	67
4.1.3.1.2	Uji Reliabilitas .....	69
4.1.3.2	Inner Model .....	70
4.1.3.2.1	Uji Multikolinearitas .....	71
4.1.3.2.2	Koefisien Determinasi.....	72
4.1.3.2.3	Predictive Relevance.....	74
4.1.3.3	Pengujian Hipotesis .....	74
4.2	Pembahasan.....	77
4.2.1	Pengaruh Brand Trust terhadap Online Brand Community Trust (OBC Trust) .....	77
4.2.2	Pengaruh Brand Trust terhadap Repurchase Intention .....	78
4.2.3	Pengaruh Online Brand Community Trust (OBC Trust) terhadap Repurchase Intention .....	79
4.2.4	Pengaruh Brand Trust terhadap Positive E-WOM Intention.....	80
4.2.5	Pengaruh Online Brand Community Trust (OBC Trust) terhadap Positive E-WOM Intention .....	81
4.2.6	Pengaruh Repurchase Intention terhadap Positive E-WOM	

Intention .....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Implikasi Manajerial .....	85
5.3 Keterbatasan dan Saran .....	87
DAFTAR PUSTAKA .....	89



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3. 1 Tabel Definisi Konseptual dan Definisi Operasional .....	29
Tabel 3. 2 Pengelompokan klasifikasi menurut hasil rata-rata .....	37
Tabel 3. 3 Nilai Outer Loading (Reliabilitas Indikator).....	44
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Konvergen .....	45
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker) .....	46
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Heterotrait-Monotrait (HTMT)) .....	46
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Pendahuluan .....	47
Tabel 4. 1 Hasil Profil Responden – Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 2 Hasil Profil Responden – Jenis Usia .....	51
Tabel 4. 3 Hasil Profil Responden – Domisili .....	52
Tabel 4. 4 Hasil Profil Responden – Tingkat Pendidikan.....	53
Tabel 4. 5 Hasil Profil Responden – Pekerjaan.....	54
Tabel 4. 6 Hasil Profil Responden – Pengeluaran Berbelanja Online Didalam 1 Bulan .....	55
Tabel 4. 7 Hasil Profil Responden – Terakhir kali Responden Memakai E-Commerce Lazada.....	56
Tabel 4. 8 Hasil Profil Responden – Berapa Lama Responden Sudah Memakai E-Commerce Lazada.....	57
Tabel 4. 9 Hasil Profil Responden – Berapa Kali didalam 1 Bulan Anda Menggunakan Lazada .....	58
Tabel 4. 10 Pengelompokan klasifikasi menurut hasil rata-rata .....	59
Tabel 4. 11 Deskriptif Variabel Brand Trust .....	59
Tabel 4. 12 Deskriptif Variabel Online Brand Community Trust (OBC Trust) .....	61
Tabel 4. 13 Deskriptif Variabel Online Brand Community Trust (OBC Trust) .....	62
Tabel 4. 14 Deskriptif Variabel Repurchase Intention.....	64
Tabel 4. 15 Uji Validitas outer loading dan AVE.....	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Fornell and Larcker Criterion .....	68
Tabel 4. 17 Hasil Uji Validitas Diskriminan dengan Heterotrait-Monotrait Ratio.....	69
Tabel 4. 18 Uji reliabilitas – Croanbach’s Alpha.....	70
Tabel 4. 19 Variance Inflation Factor .....	71
Tabel 4. 20 Nilai R Square .....	73
Tabel 4. 21 Tabel Predictive Relevance.....	74
Tabel 4. 22 Tabel Hasil Uji Hipotesis .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara dengan Persentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia 2021 .....	2
Gambar 1. 2 Review E-Commerce Lazada 2022 .....	7
Gambar 1. 3 Presentase Pengunjung Situs E-commerce 2021 .....	8
Gambar 1. 4 Kunjungan Situs E-Commerce Kuartal I 2022 .....	9
Gambar 2. 1 Gambar Model Penelitian.....	25
Gambar 3. 1 Outer model.....	44
Gambar 4. 1 Outer Model Penelitian Aktual .....	66
Gambar 4. 2 Inner Model Penelitian .....	71

