DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB 1 PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Manfaat Penelitian 6
1.4.1 Manfaat Teoritis 6
1.4.2 Manfaat Manajerial 6
1.5 Sistematika Penelitian 6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA **8**
2.1 *Theory of Planned Behavior* 8
2.2 *Purchase intention* 9
2.3 *Social influence* 10
2.4 *Brand image* 12
2.5 *Product quality* 15
2.6 *Trust* 17
2.7 Pengembangan Hipotesis 18
2.7.1 *Social influence* dan *Purchase intention* 18
2.7.2 *Brand image* dan *Purchase intention* 22
2.7.3 *Product quality* dan *Purchase intention* 25
2.7.4 *Product quality* dan *Brand image* 29
2.7.5 *Trust* dan *Social influence* 32
2.8 Model Penelitian 34

BAB 3 METODE PENELITIAN 35
3.1 Objek Penelitian 35
3.2 Unit Analisis 35
3.3 Jenis Penelitian 35
3.4 Operasionalisasi Variabel 36
3.5 Populasi dan Sampel 39
3.6 Teknik Sampling 40
3.7 Metode Pengumpulan Data 41
3.7.1 Sumber Data 41
3.7.2 Jenis Data 41
3.8 Metode Analisis Data 42
3.8.1 *Outer model* 42
3.8.2 *Inner model* 44
3.9 Pretest 45
3.9.1 Validitas Konvergen 46
3.9.2 Validitas Diskriminan 48
3.9.3 Reliabilitas 49
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN 51
4.1 Profil Responden 51
4.2 Analisis Deskriptif Variabel 52
4.2.1 *Purchase intention* 53
4.2.2 *Social influence* 54
4.2.3 *Brand image* 57
4.2.4 *Product quality* 58
4.2.5 *Trust* 58
4.3 Hasil Uji *Outer model* 59
4.3.1 Validitas Konvergen 60
4.3.2 Validitas Diskriminan 63
4.3.3 Reliabilitas 63
4.4 Hasil Uji *Inner model* 64
4.4.1 Multikolinearitas 65
4.4.2 R Square 66
4.4.3 F Square 67
4.4.4 Uji T (Uji Hipotesis) 68
4.4.5 Uji Mediasi 68
4.5 Pembahasan 69

4.6 Hasil Uji *Importance Performance Analysis* 72
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN 79
5.1 Kesimpulan 79
5.2 Implikasi 80
5.2.1 Implikasi Teoritis 80
5.2.2 Implikasi Manajerial 80
5.3 Saran Penelitian Terdahulu 82
DAFTAR PUSTAKA 84
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Pengaruh *Social influence* terhadap *Purchase intention* 20
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Pengaruh *Brand image* terhadap *Purchase intention* 24
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Pengaruh *Product quality* terhadap *Purchase intention* 27
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu Pengaruh *Product quality* terhadap *Brand image*30
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian 36
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Konvergen *Lower Order Construct* 46
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Konvergen *High Order Construct* 47
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Diskriminan HTMT 48
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas 49
Tabel 4.1 Profil Responden 51
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif *Purchase intention* 54
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Dimensi *Face to face Friendship* 55
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Dimensi *Social media Viewship* 56
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Dimensi *E-wom* 57
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif *Brand image* 57
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif *Product quality* 58
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif *Trust* 59
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Konvergen *Second Order Construct* 61
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Konvergen *High Order Construct* 61
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Diskriminan HTMT 63
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas 64
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas 66
Tabel 4.14 Hasil Uji R Square 66
Tabel 4.15 Hasil Uji F Square 67
Tabel 4.16 Hasil Uji T 68
Tabel 4.17 Hasil Uji Moderasi 69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian SI, PI, PB 19
Gambar 2.2 Model Penelitian SI, TR, BI, PI 19
Gambar 2.3 Model Penelitian SI, TR, BI, PI 20
Gambar 2.4 Model Penelitian SI, TR, BI, PI 22
Gambar 2.5 Model Penelitian BI, PQ, PP, PI 23
Gambar 2.6 Model Penelitian KL, GM, GT, BI dan PI 23
Gambar 2.7 Model Penelitian BI, PQ, PI 26
Gambar 2.8 Model Penelitian BI, PQ, PI 27
Gambar 2.9 Model Penelitian PQ, BI, TR, ST dan CL 29
Gambar 2.10 Model Penelitian PQ, BI, TR, ST dan CL 29
Gambar 2.11 Model Penelitian PQ, BI dan PD 30
Gambar 2.12 Model Penelitian SI, TR, BI, PI 32
Gambar 2.13 Model Penelitian 34
Gambar 3.1 Perhitungan Sampel G*Power 40
Gambar 4.1 Hasil Uji *Outer model* 60
Gambar 4.2 Hasil Uji *Inner model* 65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Kuesioner A-1
Lampiran B : Hasil Olah Data SmartPLS B-1
Lampiran C : Turnitin C-1