

TESIS

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
NIAT BELI KONSUMEN MELALUI *BRAND IMAGE*



WILLIAM WIBOWO

No. Mhs.: 175002741/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2020



UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : WILLIAM WIBOWO
Nomer Mahasiswa : 175002741/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Niat Beli
Konsumen Melalui Brand Image

Nama Penguji Tanggal Tanda Tangan

(Ketua / Penguji)

Mahestu Noviandra Krisjanti M.Sc. IB, Ph.D.

02/01/2020

(Anggota / Penguji)

Prof. Dr. MF Shellyana Junaedi, M.Si.

13/01/2020

(Anggota / Penguji)

Budi Suprpto, S.E., M.B.A., Ph.D.

04/01/2020

Ketua Program Studi



Dr. E. H. Yawati, M.M.
PASCASARJANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

INTI SARI

ABSTRACT

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PERNYATAAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB I

A. Latar belakang	1
1. Rumusan masalah	4
2. Batasan Masalah	5
3. Keaslian Penelitian	5
4. Manfaat Penelitian	5
B. Tujuan Penelitian	6
C. Sistematika Penulisan	7

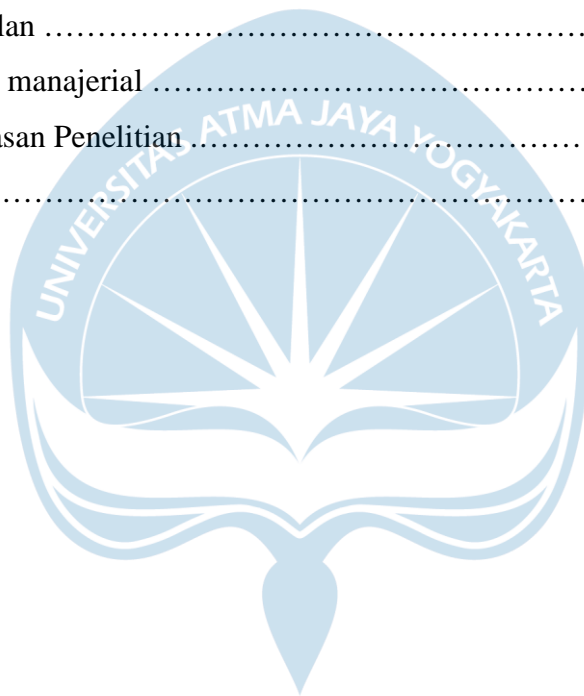
BAB II

A. Tinjauan Pustaka	8
1. <i>eWOM (Electronic Word of Mouth)</i>	8
2. Citra Merek	10
3. Niat Beli	13
B. Penelitian terdahulu	16
C. Kerangka Pemikiran	21
D. Hipotesis.....	22

BAB III

A. Jenis Penelitian	25
B. Populasi dan Sampel	25
C. Data dan Sumber Data	26
D. Tahap Penelitian	26
E. Pengolahan Data dan Analisis PLS	28
F. Variabel penelitian	31

BAB IV	
A. Demografi Responden	36
B. Pengolahn Data	
1. Outer Model	39
2. Deskripsi jawaban responden	45
3. Inner Model	51
C. Pengujian Hipotesis	54
BAB V	
A. Kesimpulan	61
B. Implikasi manajerial	63
C. Keterbatasan Penelitian	64
D. Saran	64



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2 Indikator Penelitian	32
Tabel 3 Demografi Responden Jenis Kelamin	37
Tabel 4 Demografi Responden (Pengalaman)	38
Tabel 5 Hasil Outer Loading	39
Tabel 6 Hasil <i>Average Variance Extracted</i>	42
Tabel 7 Hasil <i>Cross loading</i>	42
Tabel 8 Hasil <i>Construct Reliability</i>	44
Tabel 9 Kategori Deskripsi Jawaban Responden	45
Tabel 10 Nilai <i>R-Square</i> (R^2)	51
Tabel 11 Hasil Uji Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	53
Tabel 12 <i>Path Coefficient</i>	54



DAFTAR GAMBAR

Tabel 1 Kerangka Pemikiran	21
Tabel 2 Demografi responden	32
Tabel 3 Struktural Model.....	53

