

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.5 Kerangka Teori.....	11
1.5.1 <i>Social Information Processing Theory</i>	11
1.5.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	13
1.5.3 Minat Beli	15
1.6 Hipotesis.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	19
2.2 Forum Online	22
2.3 Minat Beli.....	24
2.4 <i>Skincare</i> (Perawatan Kulit)	26
2.5 Status Sosial Ekonomi.....	27
2.6 Penelitian Terdahulu	28

BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	34
3.3 Sumber Data.....	34
3.4 Populasi	35
3.5 Sampel dan Teknik Sampel.....	35
3.6 Prosedur Pengambilan Data	38
3.7 Defenisi Konseptual	38
3.7.1 <i>Electronic Word of Mouth (X)</i>	38
3.7.2 Status Sosial Ekonomi (Z).....	39
3.7.3 Minat Beli (Y)	39
3.8 Defenisi Operasional.....	40
3.8.1 <i>Electronic Word Of Mouth (X)</i>	40
3.8.2 Status Sosial Ekonomi (Z).....	40
3.8.3 Minat Beli (Y)	40
3.9 Variabel Penelitian	42
3.10 Teknik Pengumpulan Data	42
3.10.1 Data Primer.....	42
3.10.2 Data Sekunder.....	43
3.11 Teknik Pengukuran Variabel.....	43
3.12 Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	45
3.12.1 Uji Validitas.....	45
3.12.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.13 Uji Koefisien Korelasi.....	46
3.14 Analisis Regresi Sederhana.....	47
3.15 Analisis Regresi berganda.....	48
3.16 Uji Hipotesis.....	48
3.16.1 Uji t (Parsial)	48
3.16.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
4.1.1 <i>Female Daily</i>	50
4.1.2 Avoskin.....	52

4.2 Hasil Penelitian	54
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden	54
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel	58
4.3 Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X).....	59
4.3.1 Indikator <i>Intensity</i>	60
4.3.2 Indikator <i>Content</i>	62
4.3.3 Indikator <i>Valence of Opinion</i>	64
4.4 Variabel Minat Beli (Y)	66
4.4.1 Indikator Minat Transaksional.....	68
4.4.2 Indikator Minat Referensial.....	70
4.4.3 Indikator Minat Preferensial.....	72
4.4.4 Indikator Minat Eksploratif	75
4.5 Variabel Intervening Status Ekonomi Sosial (Z)	77
4.6 Analisis Data Kuantitatif.....	80
4.6.1 Korelasi <i>Product Moment</i> hubungan Variabel (X) <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Variabel (Y) Minat Beli	80
4.6.2 Regresi Linier Pengaruh Variabel (X) <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Variabel (Y) minat beli.....	81
4.6.3 Regresi Linier Pengaruh Variabel (X) <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Variabel (Z) Status Sosial Ekonomi.....	82
4.6.4 Uji Regresi Linear Pengaruh Variabel (X) <i>Electronic Word of Mouth</i> dan Variabel (Z) Status Sosial Ekonomi terhadap Variabel (Y) minat beli.....	84
4.7 Hasil Uji Hipotesis	85
4.7.1 Uji regresi Parsial (Uji t)	85
4.7.2 Koefisiensi Determinasi (R^2).....	88
4.8 Pembahasan.....	90
BAB V PENUTUP	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN 1.....	103
LAMPIRAN 2.....	108
LAMPIRAN 3.....	115
LAMPIRAN 4.....	120

LAMPIRAN 5.....121