

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KEASLIAN KARYA.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Kerangka Teori.....	9
1.5.1 <i>Elaboration Likelihood Model</i>	9
1.5.2 Pesan Kampanye	12
1.5.3 Keputusan Pembelian.....	14
1.5.4 <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	16
1.6 Hipotesis.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Media Sosial.....	20
2.1.1 Media Sosial X.....	20
2.2 Kampanye	221
2.3 Keputusan Pembelian.....	21
2.4 <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	22
2.5 Penelitian Terdahulu.....	22

BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Lokasi Penelitian, Populasi, dan Sampel	26
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	26
3.2.2 Populasi.....	27
3.2.3 Sampel.....	27
3.3 Sumber Data.....	28
3.3.1 Sumber Data Primer.....	29
3.3.2 Sumber Data Sekunder	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.1 Kuesioner	29
3.5 Variabel Yang Akan Diteliti.....	30
3.5.1 Definisi Konseptual Variabel	30
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	32
3.5.3 Tingkat Pengukuran Variabel	33
3.6 Teknik Analisis Data	34
3.6.1 <i>Pilot Test</i>	35
3.6.1.1 Uji Validitas Instrumen	35
3.6.1.2 Uji Reliabilitas Instrumen	40
3.6.2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	41
3.6.2.1 Uji Validitas.....	42
3.6.2.2 Uji Reliabilitas	43
3.6.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	43
3.6.4 Uji Hipotesis	44
3.6.5 Uji Mediasi.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Pesan Kampanye Boikot pada Akun X @GerakanBDS_ID.....	45
4.1.2 Keputusan Pembelian Produk Pro-Israel	47
4.1.3 e-WOM	48
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	49
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Usia	50

4.2.2 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	51
4.3.1 Deskripsi Variabel X (Pesan Kampanye Boikot pada Akun X @GerakanBDS_ID)	51
4.3.1.1 Struktur Pesan.....	51
4.3.1.2 Konten Pesan	53
4.3.1.3 Bahasa Pesan	56
4.3.2 Deskripsi Variabel Y (Keputusan Pembelian Produk Pro-Israel)	58
4.3.2.1 Pembelian Kognitif.....	59
4.3.2.2 Pembelian Afektif.....	61
4.3.2.3 Pembelian Konatif	64
4.3.3 Deskripsi Variabel Z (e-WOM)	66
4.3.3.1 Intensitas	67
4.3.3.2 Valensi Opini	70
4.3.3.3 Konten.....	72
4.4 Hasil Analisis Data	74
4.4.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	74
4.4.1.1 Uji Validitas	75
4.4.1.2 Uji Reliabilitas	79
4.4.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	80
4.4.3 Uji Hipotesis	82
4.4.4 Uji Mediasi.....	84
4.5 Pembahasan.....	86
BAB V PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	101