

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
ABSTRAK	v
RIWAYAT HIDUP	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Pertanyaan Penelitian	22
C. Tujuan Penelitian.....	24
D. Manfaat Penelitian.....	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
A. Kajian Penelitian Terdahulu	26
B. Konsep dan Teori.....	31
C. Kerangka Berpikir	53
D. Hipotesis.....	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	58
A. Metode dan Pendekatan	58
B. Jenis dan Sumber Data	59
C. Populasi dan Sampel	60
D. Operasional Variabel	62
E. Teknik Pengumpulan Data	66
F. Teknik Analisis Data	68
G. Tempat dan Waktu Penelitian.....	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	79
A. Gambaran Umum Roti'O	79
B. Konsep Perolehan Data dan Pengumpulan Data.....	84

C. Hasil Analisis Data Penelitian.....	89
D. Hasil Uji Instrumen Data.....	95
E. Pembahasan Hasil Penelitian	107
BAB V PENUTUP	111
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN.....	120



DAFTAR TABEL

Tabel:

1. 1 Rata-rata Pengeluaran perkapita Seminggu Kota Bandung 2020-2022.....	4
1. 2 Jumlah <i>Followers</i> Intagram <i>Brand</i> menjual <i>Coffee Bun</i>	7
1. 3 Jumlah Tayangan pada Tagar TikTok Roti'O	8
1. 4 Jumlah Penduduk Kecamatan Gedebage menurut Jenis Kelamin	19
1. 5 Tujuan Penggunaan Internet Penduduk Kota Bandung Tahun 2023.....	19
1. 6 Pra Penelitian	21
2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu	26
3. 1 Operasional Variabel	63
3. 2 Skala Likert	68
3. 3 Kriteria Interpretasi Skor.....	69
3. 4 Klasifikasi Koefisien Reliabilitas.....	73
3. 5 Kriteria Penilaian PLS	74
3. 6 Klasifikasi Korelasi.....	78
3. 7 Jadwal Penelitian.....	78
4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	89
4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	89
4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	90
4. 4 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan.....	91
4. 5 Karakteristik responden berdasarkan asal daerah	91
4. 6 Tanggapan responden mengenai E-WOM (X1).....	92
4. 7 Tanggapan responden mengenai Citra merek (X2).....	93
4. 8 Tanggapan responden mengenai Kualitas produk (X3)	93
4. 9 Tanggapan responden mengenai Minat beli (Y)	94
4. 10 <i>Convergent Validity</i>	96
4. 11 AVE	97
4. 12 Nilai <i>Cross Loading</i>	98
4. 13 <i>Composite Reliability</i>	99
4. 14 <i>R-Square (R²)</i>	100
4. 15 Uji <i>Bootstrapping</i>	101

4. 16 Korelasi Dimensional..... 103



DAFTAR GAMBAR

Gambar:

1. 1 E-WOM Roti'O melalui Video Tiktok.....	9
1. 2 E-WOM Tertulis Roti'O.....	11
1. 3 E-WOM Negatif Roti'O.....	12
1. 4 <i>Top Brand Index</i>	15
1. 5 Respon Konsumen terhadap Kualitas Produk Roti'O.....	17
2. 1 Komunikasi WOM dan E-WOM	43
2. 2 Kerangka Teoritis	55
2. 3 Kerangka Berpikir.....	56
4. 1 Logo Roti'O	79
4. 2 Variasi Produk Roti'O	80
4. 3 Struktur Organisasi PT. Sebastian Citra Indonesia	81
4. 4 Dimensi pada Variabel E-WOM (X1).....	85
4. 5 Dimensi pada Variabel Citra Merek (X2)	86
4. 6 Dimensi pada Variabel Kualitas Produk (X3).....	87
4. 7 Dimensi pada Variabel Minat Beli (Y).....	88
4. 8 Hasil Uji SmartPLS 3.2.9.....	95