

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	14
1.4.1 Manfaat penelitian akademis	15
1.4.2 Manfaat penelitian praktis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Kajian Teori	17
2.1.1 Theory Of Planned Behavior	17
2.1.2 E-WOM	17
2.1.3 Komunitas <i>Online</i>	19
2.1.4 Iklan Online	21
2.1.5 Citra Merek	22
2.1.6 Loyalitas Merek	24
2.1.7 Generasi Z	26
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Berpikir	36
2.4 Hipotesis	38
2.4.1 EWOM Terhadap Citra Merek	38
2.4.2 EWOM Terhadap Loyalitas Merek	39
2.4.3 Pengaruh Komunitas <i>Online</i> Terhadap Citra Merek	40
2.4.4 Pengaruh Komunitas <i>Online</i> Terhadap Loyalitas Merek	41
2.4.5 Iklan <i>Online</i> Terhadap Citra Merek	43
2.4.6 Iklan <i>Online</i> Terhadap Loyalitas Merek	44
2.4.8 Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek	45
BAB 3 METODE PENELITIAN	47

3.1. Jenis Penelitian.....	47
3.2. Objek Penelitian	48
3.3. Populasi dan Sampel	48
3.3.1. Populasi	48
3.3.2. Sampel.....	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data	50
3.5 Definisi Operasional	51
3.6 Teknik Analisis Data.....	55
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	56
3.7 Uji Measurement Model (Outer Model).....	56
3.7.1 Uji Validitas.....	57
3.7.2 Uji Reliabilitas	57
3.8 Uji Structural Model (Inner Model).....	58
3.8.1 Uji R-Square.....	58
3.8.2 Uji F-Square	58
3.9 Pengujian Hipotesis.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Hasil Analisis Data	62
4.1.1. Karakteristik Responden	62
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	65
4.3 Analisis Outer Model (Measurement Model)	70
4.3.2 Discriminant validity.....	70
4.3.3 Uji Reliabilitas	71
4.5 Analisis Inner Model (Structural Model).....	72
4.5.1 Analisis R-Square	72
4.5.2 Analisis F-Square	73
4.6 Pengujian hipotesis	74
4.7 Pembahasan.....	78
4.8 Implikasi Manajerial	83
4.8.1 Meningkatkan EWOM agar Citra Merek dan Loyalitas Meningkatkan.....	83
4.8.2 Meningkatkan Iklan <i>Online</i> agar Citra Merek dan Loyalitas Meningkatkan	84
4.8.3 Meningkatkan Komunitas Online agar Citra Merek dan Loyalitas Meningkatkan	85
4.8.4 Meningkatkan Citra Merek agar Loyalitas Meningkatkan	86
BAB V PENUTUP	88

5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	89
5.2.1 Saran Praktisi.....	89
5.2.2 Saran Akademis.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	A-1

