

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... i

PERSETUJUAN MUNAQOSYAH ii

PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....iii

PERNYATAAN KEASLIANiv

ABSTRAK v

MOTTOvi

PERSEMBAHAN.....vii

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATINviii

KATA PENGANTAR ix

DAFTAR ISI..... xi

DAFTAR TABEL.....xiii

DAFTAR GAMBAR..... xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

 A. Latar Belakang 1

 B. Rumusan Masalah 10

 C. Tujuan Penelitian..... 11

 D. Manfaat Penelitian..... 11

 E. Sistematika Penulisan 11

BAB II LANDASAN TEORI..... 13

 A. Deskripsi Teori 13

 1. *Theory of Planned Behavior (TPB)* 13

 3. Perilaku Konsumen *Online* 17

 4. Minat Beli..... 20

 5. Harga 22

 6. *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*..... 26

 7. Kemudahan Penggunaan 27

 8. Selebriti Pendukung..... 27

B. Penelitian Terdahulu..... 31

C. Kerangka Berpikir 35

D. Hipotesis..... 36

BAB III METODE PENELITIAN 40

A. Jenis dan Pendekatan 40

B. Populasi dan Sampel..... 40

C. Definisi Operasional Variabel 42

D. Identifikasi Variabel Penelitian 46

E. Teknik Pengumpulan Data 46

F. Teknik Analisis Data 47

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen 47

2. Uji Asumsi Klasik 48

3. Uji Hipotesis..... 49

BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN 51

A. Gambaran Objek Penelitian 51

B. Gambaran Data Responden 53

C. Gambaran Jawaban Responden 54

D. Analisis Data 69

1. Uji Validitas dan Reliabilitas..... 69

2. Uji Asumsi Klasik 75

3. Uji Hipotesis..... 78

E. Pembahasan dan Analisis 83

BAB V PENUTUP 88

A. Kesimpulan..... 88

B. Saran..... 88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga dan Jumlah yang Terjual
Pasta Gigi Sasha di LazMall Lazada pada 11
April 2021 4

Tabel 1.2 Beberapa *Electronic Word of Mouth* (E-WOM)
Konsumen Sasha pada LazMall Lazada pada 11
April 2021 6

Tabel 1.3 TOP Brand Pasta Gigi Indonesia 2020 8

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... 31

Tabel 3.1 Variabel Operasional 42

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden..... 53

Tabel 4.2 Transaksi yang Pernah Dilakukan 54

Tabel 4.3 Gambaran Umum Jawaban Responden Variabel
Harga..... 54

Tabel 4.4 Gambaran Umum Jawaban Responden Variabel
Electronic Word of Mouth (E-WOM) 56

Tabel 4.5 Gambaran Umum Jawaban Responden Variabel
Kemudahan Penggunaan 62

Tabel 4.6 Gambaran Umum Jawaban Responden Variabel
Selebriti Pendukung 64

Tabel 4.7 Gambaran Umum Jawaban Responden Variabel
Minat Pembelian 68

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga 70

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel *Electronic Word of*
Mouth (E-WOM) 71

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan
Penggunaan 72

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Selebriti Pendukung..... 73

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pembelian 74

Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas 75

Tabel 4.14 Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*..... 76

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas 77

Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas 78

Tabel 4.17 Hasil Regresi Linear Berganda 79

Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi 80

Tabel 4.19 Hasil Uji F Simultan 81

Tabel 4.20 Hasil Uji t Parsial 81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 36

Gambar 4.1 Varian Sasha *Toothpaste*..... 51

Gambar 4.2 Kino Flagship Store 52

