

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan.....	9
D. Manfaat	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Keputusan Pembelian	11
2. Kualitas Produk	14
3. <i>Content Marketing</i>	16
4. <i>Online Customers Review</i>	21
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Hubungan antar Variabel.....	26
1. Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	26
2. Hubungan <i>content marketing</i> terhadap keputusan pembelian.....	26
3. Hubungan <i>online customers review</i> terhadap keputusan pembelian	26
D. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	27

BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Rancangan Penelitian.....	29
B. Objek dan Waktu Penelitian	29
C. Populasi	30
D. Sampel dan Teknik Sampling.....	30
1. Sampel	30
2. Teknik Sampling.....	31
E. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	31
F. Klasifikasi Variabel Penelitian	32
1. Variabel Bebas (Independen)	32
2. Variabel Terikat (Dependen)	32
G. Definisi Operasional Variabel Penelitian	32
H. Skala Pengukuran Variabel	34
I. Uji Instrumen	35
1. Uji Validitas.....	35
2. Uji Reliabilitas	37
J. Metode Analisis Data.....	38
1. Analisis Deskriptif.....	38
2. Analisis Kuantitatif.....	38
K. Uji Hipotesis.....	39
1. Uji F	39
2. Uji t.....	40
3. Koefisien Determinasi	41
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
A. Hasil Penelitian.....	43
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
2. Deskripsi Responden	48
3. Deskripsi Variabel	51
4. Analisis Kuantitatif.....	57
5. Pengujian Hipotesis	58
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	29
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 3. 3 Skala Likeart	34
Tabel 3. 4 Kategorisasi Variabel	35
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 3. 6 Hasil Uji Realibilitas.....	37
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	51
Tabel 4. 5 Kategorisasi Variabel	52
Tabel 4. 6 Deskripsi Presepsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	52
Tabel 4. 7 Deskripsi Presepsi Responden Terhadap Variabel Content Marketing	54
Tabel 4. 8 Deskripsi Presepsi Responden Terhadap Variabel Online Customers	55
Review	55
Tabel 4. 9 Deskripsi Presepsi Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji F	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji t	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1Tren Pengguna E-commerce di Indonesia, 2017 – 2023	1
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4. 1 Logo Somethinc.....	44
Gambar 4. 2 Akun Tiktok Shop Somethinc.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER.....	77
LAMPIRAN 2 DATA RESPONDEN	85
LAMPIRAN 3 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	104
LAMPIRAN 4 UJI ASUMSI KLASIK	109
LAMPIRAN 5 HASIL UJI REGRESI.....	111
LAMPIRAN 6 REVIEW NEGATIF	112