

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
1. Keputusan Pembelian	12
2. <i>Social media marketing</i>	17
3. <i>Electronic word of mouth</i>	19

4.	Kualitas produk	21
5.	Online customer review	24
B.	Penelitian Terdahulu	26
C.	Hubungan Antar Variabel	30
D.	Kerangka Penelitian	32
E.	Hipotesis Penelitian	33
BAB III	METODE PENELITIAN	35
A.	Rancangan Penelitian	35
B.	Objek dan waktu penelitian	35
C.	Populasi Dan Sampel	36
D.	Teknik Pengambilan Sampel	36
E.	Besaran Sampling	37
F.	Jenis Data Penelitian	37
G.	Metode Pengambilan Data	38
H.	Klasifikasi Variabel Penelitian	38
I.	Definisi Operasional Variabel	39
J.	Skala Pengukuran Variabel	41
K.	Uji Instrumen	43
L.	Teknik Analisis Data	46
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A.	Deskripsi Hasil Penelitian	49
B.	Pembahasan	62
C.	Keterbatasan Penelitian	69

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	70
A.	Kesimpulan	70
B.	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....		73
LAMPIRAN.....		76

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	27
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	36
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3. 3 Skala Likert	41
Tabel 3. 4 Skala Interval Distribusi Kriteria Jawaban Responden.....	42
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia.....	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Pekerjaan	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Penghasilan Perbulan	51
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Domisili	51
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel <i>Social Media Marketing</i>	52
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i>	53
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	54
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel <i>Online Customer Review</i>	55
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji F	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform Top purchase categories	2
Gambar 1.2 Data market share penjualan produk The Originote	3
Gambar 1.3 Review Ulasan konsumen	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	77
Lampiran 2 Rekapitulasi Data 30 Responden	84
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	93
Lampiran 4 Rekapitulasi Data 100 Responden	100
Lampiran 5 Hasil Analisis Kuantitatif	130