

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pemasaran	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.2 Harga.....	9
2.2.1 Pengertian Harga	9
2.2.2 Indikator Harga.....	9
2.3 <i>Online Customer Review</i>	10
2.3.1 Pengertian <i>Online Customer Review</i>	10
2.3.2 Faktor - Faktor <i>Online Customer Review</i>	10
2.3.3 Indikator <i>Online Customer Review</i>	11
2.4 <i>Online Customer Rating</i>	11
2.4.1 Pengertian <i>Online Customer Rating</i>	11
2.4.2 Faktor-Faktor <i>online Customer Rating</i>	12
2.4.3 Indikator <i>Online Customer Rating</i>	12
2.5 Keputusan Pembelian.....	13
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	13
2.5.2 Tahapan Keputusan Pembelian	13
2.5.3 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	14
2.5.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	14

2.6	Kerangka berpikir.....	15
2.7	Hipotesis.....	16
2.8	Penelitian Terdahulu	18
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....		22
3.1	Waktu dan Tempat Proyek Tugas Akhir.....	22
3.2	Jenis Proyek Tugas Akhir	22
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.3.1	Populasi	22
3.3.2	Sampel.....	23
3.4	Sumber Data	23
3.5	Uji Instrumen Penelitian	23
3.5.1	Uji Validitas	24
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	24
3.6	Teknik Pengumpulan Data	24
3.6.1	Kuesioner/Angket.....	24
3.7	Teknik Analisis Data	25
3.7.1	Uji Asumsi Klasik.....	25
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	25
3.7.3	SPSS (<i>statistical package for the social sciences</i>).....	26
3.8	Pengujian Hipotesis	26
3.8.1	Uji Parsial (uji T)	26
3.8.2	Uji Simultan (uji F)	26
3.8.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	27
3.9	Definisi Operasional.....	27
BAB IV. DESAIN DAN SISTEM		29
4.1	Keadaan Umum Objek Penelitian	29
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	29
4.2	Visi dan Misi Perusahaan	30
4.2.1	Visi.....	30
4.2.2	Misi.....	30
4.3	Struktur Perusahaan	30
4.4	Tahapan Analisis Penelitian.....	30
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....		32

5.1	Karakteristik Responden.....	32
5.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	33
5.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Harga (X1).....	33
5.2.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2)	35
5.2.3	Analisis Deskriptif Variabel <i>Online Customer Rating</i> (X3).....	38
5.2.4	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	39
5.3	Hasil Uji Instrumen Penelitian	41
5.3.1	Uji Validitas	41
5.3.2	Uji Reliabilitas.....	43
5.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	43
5.4.1	Uji Normalitas.....	43
5.4.2	Uji Multikolinearitas	45
5.4.3	Uji Heteroskedastisitas	45
5.5	Analisis Regresi Linier Berganda	46
5.6	Hasil Pengujian Hipotesis	47
5.6.1	Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	47
5.6.2	Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F).....	48
5.6.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	48
5.7	Pembahasan	49
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN		53
6.1	Kesimpulan	53
6.2	Saran.....	54
6.3	Keterbatasan Penelitian.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....		55
LAMPIRAN.....		60
	Lampiran 1 : Angket Penelitian.....	60
	Lampiran 2: Hasil Analisis Deskriptif	63
	Lampiran 3: Uji Validitas.....	64
	Lampiran 4: Uji Reliabilitas	65
	Lampiran 5: Uji Regresi Linier Berganda	65
	Lampiran 6: Uji Asumsi Klasik	66
	Lampiran 7: Uji Hipotesis	67

Lampiran 8: R tabel, T tabel, F tabel	68
Lampiran 9: Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses pengambilan keputusan pembelian	13
Gambar 4. 1 Logo Emina.....	29
Gambar 4. 2 Struktur Perusahaan	30

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra-Survey	6
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Jadwal Pelaksanaan.....	22
Tabel 3. 2 Bobot Pengukuran Skala Likert.....	24
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 5. 1 Prosedur Penyebaran Kuesioner.....	32
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden	32
Tabel 5. 3 Tanggapan Responden Variabel Harga	33
Tabel 5. 4 Tanggapan Responden Variabel <i>Online Customer Review</i>	36
Tabel 5. 5 Tanggapan Responden Variabel <i>Online Customer Rating</i>	38
Tabel 5. 6 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	40
Tabel 5. 7 Hasil Pengujian Validitas Variabel.....	42
Tabel 5. 8 Hasil Pengujian Reliabilitas	43
Tabel 5. 9 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov Test</i>	44
Tabel 5. 10 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	45
Tabel 5. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	46
Tabel 5. 12 Hasil Uji T	47
Tabel 5. 13 Hasil Uji F	48
Tabel 5. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	48

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2019-2023)	1
Grafik 1. 2 <i>Survei Populix Shopping on Social Commerce</i>	2
Grafik 1. 3 Pertumbuhan Industri Kosmetik di Indonesia.....	3
Grafik 1. 4 <i>brand</i> lokal di Indonesia.....	4
Grafik 5. 1 Uji Normalitas P-PLOT.....	44
Grafik 5. 2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	45