

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORSINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Sistematika Penulisan .....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	13
2.1. Teori Perilaku Rencanaan/ <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) .....	13
2.2. Pembuatan Keputusan Pembelian .....	15
2.3. Ulasan Online Pelanggan .....	17
2.4. Citra Merk .....	21
2.5. Intensitas Promosi .....	25
2.6. Kerangka Pemikiran .....	29
2.7. Hipotesis .....	30
BAB III METODE PENELITIAN .....	31
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	31
3.1.1. Variabel Independen .....	31
3.1.2. Variabel Dependen .....	31

3.1.3.	Definisi Operasional .....	32
3.2.	Populasi dan Sampel.....	33
3.2.1.	Populasi.....	33
3.2.2.	Sampel .....	34
3.3.	Data dan Metode Pengumpulan Data .....	36
3.4.	Uji Kelayakan Kuesioner .....	37
3.4.1.	Uji Semantik .....	37
3.4.1.1.	Uji Semantik Indikator Variabel.....	37
3.4.1.2.	Uji Semantik Indikator Hipotesis.....	42
3.4.2.	Uji Statistik .....	48
3.4.2.1.	Uji Validitas.....	48
3.4.2.2.	Uji Reliabilitas .....	50
3.5.	Teknik Analisis.....	51
3.5.1.	Angka Index.....	51
3.5.2.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	52
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik.....	53
3.5.3.1.	Uji Normalitas.....	53
3.5.3.2.	Uji Multikolinieritas .....	53
3.5.3.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	54
3.5.3.4.	Uji Kelayakan Model.....	54
3.5.3.4.1.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	54
3.5.3.4.2.	Uji Statistik F.....	55
3.6.	Uji Hipotesis.....	55
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>57</b>
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian .....	57
4.1.1.	Gambaran Umum Penelitian.....	57
4.1.2.	Gambaran Umum Responden Penelitian .....	58
4.1.3.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.1.4.	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	59
4.1.5.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60

4.1.6.	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan .....	61
4.1.7.	Profil Frekuensi Pembelian di Shopee .....	62
4.2.	Angka Index .....	63
4.2.1.	Angka Index Variabel Ulasan Pelanggan .....	63
4.2.2.	Angka Index Variabel Citra Merk .....	64
4.2.3.	Angka Index Variabel Intensitas Promosi .....	65
4.2.4.	Angka Index Variabel Pembuatan Keputusan Pembelian .....	66
4.3.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	67
4.3.1.	Uji Asumsi Klasik.....	67
4.3.1.1.	Uji Normalitas.....	67
4.3.1.2.	Uji Multikolinieritas .....	69
4.3.1.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	70
4.3.1.4.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	71
4.3.2.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	73
4.3.3.	Uji Kelayakan Model (Uji F).....	74
4.4.	Uji Hipotesis .....	75
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>80</b>
5.1.	Kesimpulan Masalah Penelitian .....	80
5.2.	Implikasi Teori .....	82
5.3.	Implikasi Manajerial.....	83
5.4.	Keterbatasan Penelitian .....	84
5.5.	Saran Penelitian Mendatang .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>86</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>90</b>