

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Technology Acceptance Model (TAM)	15
2.2 Perilaku Konsumen	16
2.3 Pembuatan Keputusan Pembelian	19
2.4 Review Online Konsumen.....	21
2.5 Persepsi Harga.....	25

2.6	Pemasaran Media Sosial.....	29
2.7	Promosi Penjualan.....	33
2.8	Kerangka Pemikiran.....	37
2.9	Hipotesis.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		40
3.1	Variabel Penelitian	40
3.1.1	Variabel Independen	40
3.1.2	Variabel Dependen.....	41
3.2	Definisi Operasional.....	41
3.3	Populasi dan Sampel	43
3.3.1	Populasi.....	43
3.3.2	Sampel.....	43
3.4	Jenis dan Sumber Data	45
3.4.1	Data Primer	45
3.4.2	Data Sekunder	46
3.5	Metode Pengumpulan Data	46
3.6	Uji Kelayakan Kuesioner	47
3.6.1	Uji Semantik	47
3.6.2	Uji Statistik	59
3.7	Metode Analisis.....	63
3.7.1	Angka indeks.....	63
3.7.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
3.8	Uji Hipotesis.....	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		71
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	71
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.2	Gambaran Umum Responden Penelitian	71
4.2	Angka Indeks.....	76
4.2.1	Angka Indeks Variabel <i>Review Online</i> Konsumen.....	77
4.2.2	Angka Indeks Variabel Persepsi Harga.....	78

4.2.3	Angka Indeks Variabel Pemasaran Media Sosial	79
4.2.4	Angka Indeks Variabel Promosi Penjualan.....	79
4.2.5	Angka Indeks Variabel Pembuatan Keputusan Pembelian.....	80
4.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	81
4.3.2	Analisis Regresi Linier Berganda	86
4.3.3	Uji Kelayakan Model	90
4.4	Uji Hipotesis.....	92
BAB V PENUTUP.....		99
5.1	Kesimpulan Masalah Penelitian	99
5.2	Implikasi Teori	99
5.3	Implikasi Manajerial.....	103
5.4	Keterbatasan Penelitian	104
5.5	Saran Penelitian Mendatang.....	104
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN.....		111