

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN..... | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI..... | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 14 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan | 15 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 15 |
| 1.3.2 Kegunaan Penelitian | 16 |
| 1.4 Sistematika Penulisan..... | 16 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA..... | 18 |
| 2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu..... | 18 |
| 2.1.1 Theory Planned Behavior (TPB) | 18 |
| 2.1.2 Ulasan Online | 19 |
| 2.1.3 Pemasaran Viral | 19 |
| 2.1.4 Persepsi Harga | 20 |
| 2.1.5 Minat Pembelian..... | 21 |
| 2.1.6 Keputusan Pembelian | 22 |
| 2.2 Pengaruh Antar Variable..... | 23 |
| 2.2.1 Pengaruh Ulasan Online terhadap Minat Pembelian | 23 |
| 2.2.2 Pengaruh Pemasaran Viral terhadap Minat Pembelian..... | 23 |
| 2.2.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Pembelian | 24 |
| 2.2.4 Pengaruh Ulasan Online terhadap Keputusan Pembelian..... | 25 |

| | |
|---|----|
| 2.2.5 Pengaruh Pemasaran Viral terhadap Keputusan Pembelian | 26 |
| 2.2.6 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian..... | 26 |
| 2.2.7 Pengaruh Minat Pembelian terhadap Keputusan Pembelian | 27 |
| 2.3 Penelitian Terdahulu | 28 |
| 2.4 Kerangka Pemikiran | 34 |
| 2.5 Hipotesis..... | 34 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 37 |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variable..... | 37 |
| 3.1.1 Variabel Penelitian | 37 |
| 3.1.2 Definisi Operasional Variabel | 38 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 40 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 42 |
| 3.3.1 Jenis Data..... | 42 |
| 3.3.2 Sumber Data | 42 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 43 |
| 3.4.1 Studi Pustaka..... | 43 |
| 3.4.2 Kuesioner | 44 |
| 3.5 Uji Statistik..... | 44 |
| 3.5.1 Uji Validitas | 44 |
| 3.5.2 Uji Reliabilitas | 45 |
| 3.6 Metode Analisis Data | 46 |
| BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 53 |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian..... | 53 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan | 53 |
| 4.1.2 Deskripsi Responden Penelitian | 54 |
| 4.2 Hasil Analisis Data | 56 |
| 4.2.1 Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis) | 56 |
| 4.2.2 Analisis Full Model SEM | 60 |
| BAB V PENUTUP..... | 77 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 77 |
| 5.2 Implikasi Teoritis..... | 78 |
| 5.3 Implikasi Manajerial..... | 80 |

| | |
|--------------------------------------|----|
| 5.4 Keterbatasan Penelitian | 85 |
| 5.5 Saran Penelitian Mendatang | 85 |
| DAFTAR PUSTAKA | 86 |
| LAMPIRAN | 86 |