

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13

2.1	Teori Pendukung	13
2.1.1	Perilaku Konsumen	13
2.1.2	Keputusan Pembelian.....	15
2.1.3	<i>Online Consumer Reviews</i>	18
2.1.4	Promosi Menggunakan Media Sosial	21
2.2	Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	24
2.2.1.	Penelitian Terdahulu	24
2.2.3.	Kerangka Teori.....	32
2.2.3.	Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	41
3.1.1.	Waktu Penelitian	41
3.1.2.	Tempat Penelitian.....	41
3.2	Desain Penelitian	42
3.2.1.	Metode Penelitian.....	42
3.3	Populasi dan Sampel	43
3.3.1.	Populasi.....	43
3.3.2.	Sampel.....	43

3.4	Pengembangan Instrumen	44
3.4.1.	Keputusan Pembelian.....	44
3.4.2.	<i>Online Consumer Reviews</i>	45
3.4.3.	Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok.....	46
3.5	Teknik Pengumpulan Data	47
3.6	Teknik Analisis Data	48
3.6.1.	Analisis Deskriptif	48
3.6.2.	Uji Instrumen	48
3.6.3.	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.6.4.	Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	51
3.6.5.	Analisis Koefisien Korelasi <i>Pearson</i>	52
3.6.6.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	53
BAB IV PEMBAHASAN.....		54
4.1	Deskripsi Data	54
4.1.1.	Profil Responden.....	54
4.1.2.	Profil Data	57
4.2	Hasil.....	66
4.2.1.	Uji Persyaratan Analisis.....	66

4.2.2.	Persamaan Regresi Linear Sederhana	71
4.2.3.	Uji Hipotesis	73
4.2.4.	Analisi Koefisien Korelasi <i>Pearson</i>	74
4.2.5.	Koefisien Determinasi (R^2).....	75
4.3	Pembahasan	76
4.3.1.	Pengaruh <i>Online Consumer Reviews</i> Terhadap Keputusan Pembelian	76
4.3.2.	Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
BAB V PENUTUP		80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Implikasi	80
5.2.1	Implikasi Teoritis	81
5.2.2	Implikasi Praktis	81
5.3	Keterbatasan Penelitian	83
5.4	Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya.....	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		89
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		148

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet dan Pengguna Media Sosial di Indonesia (Januari 2021)	1
Gambar 1. 2 Pengguna Internet dan Pengguna Media Sosial di Indonesia (Januari 2020)	2
Gambar 1. 3 Jumlah Terbanyak Pengunduh Aplikasi Tiktok di Dunia	4
Gambar 1. 4 <i>Top Social Media Apps</i>	4
Gambar 1. 5 Konten Tiktok Mengenai Promosi	7
Gambar 1. 6 Membeli Suatu Barang/Jasa Karena Melihat Konten Promosi di Tiktok	8
Gambar 1. 7 Melihat Ulasan dari Barang/Jasa di Konten Tiktok Sebelum Membeli...	9
Gambar 1. 8 Alasan Untuk Mengambil Keputusan dalam Berbelanja	10
Gambar 2. 1 Kontelasi Pengaruh antar Variabel.....	39
Gambar 4. 1 Uji Normalitas (<i>Normal Probability-Plot</i>).....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan Jurnal	27
Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen <i>Online Consumer Reviews</i>	46
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok.....	47
Tabel 3. 4 Skala <i>Likert</i>	53
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	55
Tabel 4. 3 Domisili Responden.....	55
Tabel 4. 4 Pendidikan Terakhir Responden	56
Tabel 4. 5 Status Pekerjaan Responden	57
Tabel 4. 6 Deskripsi Data Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Jawaban Indikator Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4. 8 Deskripsi Data <i>Online Consumer Reviews</i>	61
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Jawaban Indikator <i>Online Consumer Reviews</i>	62
Tabel 4. 10 Deskripsi Data Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok.....	64
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Jawaban Indikator Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok	65
Tabel 4. 12 Uji Validitas	67

Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas	67
Tabel 4. 14 Uji Normalitas.....	68
Tabel 4. 15 Uji Linearitas X1 Terhadap Y.....	70
Tabel 4. 16 Uji Linearitas X2 Terhadap Y.....	70
Tabel 4. 17 Persamaan Regresi Linear Sederhana X1 Terhadap Y	71
Tabel 4. 18 Persamaan Regresi Linear Sederhana X2 Terhadap Y	72
Tabel 4. 19 Uji Hipotesis	73
Tabel 4. 20 Analisis Koefisien Korelasi <i>Pearson</i> X1 Terhadap Y	74
Tabel 4. 21 Analisis Koefisien Korelasi <i>Pearson</i> X2 Terhadap Y	74
Tabel 4. 22 Koefisien Determinasi X1 Terhadap Y.....	75
Tabel 4. 23 Koefisien Determinasi X2 Terhadap Y.....	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Awal Penelitian.....	89
Lampiran 2 Uji Validitas Data Variabel <i>Online Consumer Reviews</i> (X1)	96
Lampiran 3 Uji Reliabilitas Variabel <i>Online Consumer Reviews</i> (X1)	98
Lampiran 4 Uji Validitas Variabel Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok (X2)	99
Lampiran 5 Uji Reliabilitas Variabel Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok (X2)	101
Lampiran 6 Tabulasi Data Uji Final <i>Online Consumer Reviews</i> (X1)	102
Lampiran 7 Tabulasi Data Uji Final Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok (X2)	110
Lampiran 8 Tabulasi Data Uji Final Keputusan Pembelian (Y).....	117
Lampiran 9 Profil Responden	124
Lampiran 10 Uji Normalitas SPSS	135
Lampiran 11 Uji Linearitas SPSS	136
Lampiran 12 Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	137
Lampiran 13 Uji Hipotesis	138
Lampiran 14 Analisis Koefisien Korelasi <i>Pearson</i>	139
Lampiran 15 Koefisien Determinasi (R^2)	140
Lampiran 16 Tabel t.....	141

Lampiran 17 Tabel r.....	142
Lampiran 18 Bukti <i>Online Consumer Reviews</i>	143
Lampiran 19 Bukti Promosi Menggunakan Media Sosial Tiktok	145
Lampiran 20 Hasil Turnitin.....	147

