

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori .....	13
2.2 Teori Pendukung .....	14
2.2.1 Niat Beli .....	14
2.2.2 Promosi Penjualan .....	15
2.2.3 <i>Online Customer Review</i> .....	16
2.2.4 <i>Social Media Influencer</i> .....	17
2.2.5 <i>Social Media Advertising</i> .....	19
2.3 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	20
2.4 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	24
2.4.1 Kerangka Teori .....	24

2.4.2 Pengembangan Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	30
3.2 Pendekatan Penelitian.....	30
3.3 Populasi dan Sampel .....	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel .....	30
3.4 Pengembangan Instrumen .....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.6 Skala Pengukuran .....	37
3.7 Teknik Analisa Data .....	38
3.7.1 Analisa Deskriptif .....	38
3.7.2 Uji Validitas .....	39
3.7.3 Uji Reliabilitas .....	40
3.7.4 Uji Kesesuaian Model.....	40
3.7.5 Uji Hipotesis .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Deskripsi Data .....	43
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	44
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	44
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	45
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan .....	46
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	47
4.2 Analisa Deskriptif.....	47
4.2.1 Variabel <i>Sales Promotion</i> .....	48
4.2.2 Variabel <i>Online Customer Review</i> .....	49
4.2.3 Variabel <i>Social Media Influencer</i> .....	50
4.2.4 Variabel <i>Social Media Advertising</i> .....	52
4.2.5 Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	53
4.3 Hasil Pengujian.....	54

4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	54
4.3.2 Uji Kelayakan Model.....	57
4.3.3 Uji Hipotesis .....	58
4.4 Pembahasan .....	60
4.4.1 Hasil Interpretasi <i>Sales Promotion</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	60
4.4.2 Hasil Interpretasi <i>Online Customer Review</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	60
4.4.3 Hasil Interpretasi <i>Social Media Influencer</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	61
4.4.4 Hasil Interpretasi <i>Social Media Advertising</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	62
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>63</b>
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Implikasi .....	64
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	64
5.2.2 Implikasi Praktis .....	65
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	66
5.4 Rekomendasi Penelitian .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	75
Lampiran 2. Uji Hasil Turnitin.....	79
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Sales Promotion</i> .....	80
Lampiran 4. Uji Validitas dan Realibilitas Variabel <i>Online Customer Review</i> .	80
Lampiran 5. Uji Validitas dan Realibilitas Variabel <i>Social Media Influencer</i> ...	81
Lampiran 6. Uji Validitas dan Realibilitas Variabel <i>Social Media Advertising</i> .	81
Lampiran 7. Uji Validitas dan Realibilitas Variabel <i>Purchase Intention</i> .....	82
Lampiran 8. <i>Goodness of Fit Statistics</i> .....	82
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS.....</b>	<b>84</b>