

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR SIMBOL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	5
1.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.1.1. Pengertian Online Customer Review	7
2.1.2. Dimensi Online Customer Review	8
2.1.3. Indikator Online Customer Review	9
2.1.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Online Customer Review	10
2.1.5. Pengertian Social Media Marketing	10
2.1.6. Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.1.7. Proses Pengambilan Keputusan.....	13
2.1.8. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	14
2.1.9. Indikator Keputusan Pembelian	15

2.2. Penelitian Terdahulu	16
2.3. Kerangka Pemikiran.....	19
2.4. Hipotesis.....	21

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian dan Ruang lingkup penelitian.....	22
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	22
3.2. Metode Penelitian.....	23
3.2.1. Jenis Penelitian.....	23
3.2.2. Operasionalisasi Penelitian	24
3.2.3. Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.2.3.1. Jenis dan Sumber Data.....	26
3.2.3.2. Populasi.....	27
3.2.3.3. Sample.....	27
3.2.4. Model Penelitian	28
3.2.5. Alat Analisis.....	29
3.2.6. Teknik Analisis Data.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	34
4.1.1 Uji Instrumen	34
4.1.2 Uji Asumsi Klasik.....	36
4.1.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
4.1.4 Koefisien Determinasi (R Square).....	38
4.1.5 Uji Hipotesis	39
4.2. Pembahasan.....	41
4.2.1 Pengaruh Online Customer Review (X1) Terhadap Keputusan Pembeli (Y) Pada Marketplace Tiktok Shop di Tasikmalaya	41
4.2.2 Pengaruh Social Media Marketing (X2) Terhadap Keputusan Pembeli (Y) Pada Marketplace Tiktok Shop di Tasikmalaya	42

4.2.3 Pengaruh Online Customer Review dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembeli Pada Marketplace Tiktok Shop di Tasikmalaya	42
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	43
5.2. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	51
BIODATA DIRI	69

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
01	Operasionalisasi Variabel	19

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
01	Data Pengunjung Marketplace Indonesia Periode 2024	3
02	Data pengguna Tiktokshop pada bulan Ramadhan 2024	3
03	Data Preferensi Belanja Online Masyarakat Indonesia 2023	4
04	Kerangka Pemikiran	20
05	Model Penelitian	29

DAFTAR SIMBOL

Nomor	Simbol	Istilah
01	α	Alpha
02	β	Beta

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
01	Lampiran 1 Angket Kuisisioner	51
02	Lampiran 2 Skor Angket Kuisisioner	56
03	Lampiran 3 Tabel Model Summary	62
04	Lampiran 4 Tabel Anova	62
05	Lampiran 5 Tabel Coefficiens	62
06	Lampiran 6 Tabel Kolmogorov-Smirnov Test	63
07	Lampiran 7 Tabel Coefficients ABSRES	63
08	Lampiran 8 Tabel Reliability	63
09	Lampiran 9 Tabel Correlations	64
10	Lampiran 10 Jadwal Penelitian	66
11	Lampiran Lembar Rekomendasi Penguji Ujian Naskah Skripsi (UNS)	67