

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah Latar Belakang	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	14
2.2 <i>Celebrity Endorser</i>	15
2.2.1 Dimensi dan Indikator <i>Celebrity Endorser</i>	16
2.3 <i>Online Customer Review</i>	16
2.3.1 Dimensi dan Indikator <i>Online Customer Review</i>	16

2.4	<i>Online Customer Rating</i>	18
2.4.1	Dimensi dan Indikator <i>Online Customer Rating</i>	18
2.5	Harga	19
2.5.1	Faktor Faktor Harga	19
2.5.2	Tujuan Penetapan Harga.....	20
2.5.3	Dimensi dan Indikator Harga.....	21
2.6	Penelitian Terdahulu	22
2.7	Hubungan Antar Variabel	25
2.7.1	Hubungan Variabel <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.7.2	Hubungan Variabel <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.7.3	Hubungan Variabel <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.7.4	Hubungan Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian.	26
2.8	Hipotesis	26
2.9	Model Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Desain Riset.....	28
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	28
3.2.1	Jenis Data.....	28
3.2.2	Sumber Data	28
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.3.1	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel.....	29
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	30
3.4	Unit Analisis.....	30
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	30
3.6	Teknik Analisis Data.....	34
3.6.1	Uji Instrumen.....	34
3.6.1.1	Uji Validitas	35
3.6.1.2	Uji Reliabilitas	35
3.6.2	Analisis Deskriptif.....	36
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	37
3.6.3.1	Uji Normalitas.....	37
3.6.3.2	Uji Heteroskedastisitas	38
3.6.3.3	Uji Autokorelasi	38
3.6.3.4	Multikolinearitas.....	38

3.6.4 Uji Hipotesis.....	38
3.6.3.1 Regresi Linier Berganda.....	38
3.6.3.2 Uji Simultan (uji F).....	39
3.6.3.3 Uji Parsial (uji t).....	39
3.6.3.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	41
4.1 Hasil Penelitian.....	41
4.1.1 Karakteristik Responden.....	41
4.2 Teknik Analisis Data.....	42
4.3 Analisis Deskriptif.....	48
4.3.1 Indeks Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	49
4.3.2 Indeks Variabel <i>Online Customer Review</i>	51
4.3.3 Indeks Variabel <i>Online Customer Rating</i>	52
4.3.4 Indeks Variabel Harga.....	53
4.3.5 Indeks Variabel Keputusan Pembelian.....	55
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.4.1 Uji Normalitas.....	56
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.4.3 Uji Autokorelasi.....	57
4.4.4 Uji Multikolinearitas.....	58
4.5 Uji Hipotesis.....	59
4.5.1 Regresi Linier Berganda.....	59
4.5.2 Uji Simultan (Uji F).....	60
4.5.3 Uji Parsial (Uji t).....	61
4.5.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	63
BAB V PEMBAHASAN.....	64
5.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
5.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
5.3 Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
5.4 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
5.5 Temuan Penelitian.....	66
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
6.1 Kesimpulan.....	67

6.2	Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....		69
LAMPIRAN.....		71