

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	10
1.3.1 Ruang lingkup subjek penelitian	10
1.3.2 Ruang lingkup objek penelitian	10
1.3.3 Ruang lingkup tempat penelitian	10
1.3.4 Ruang lingkup waktu penelitian	10
1.3.5 Ruang lingkup bidang ilmu penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Prilaku konsumen	13
2.2 Keputusan Pembelian	14
2.2.1 Proses Keputusan Pembelian	15

2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian	16
2.3 Pemasaran.....	17
2.4 Bauran Pemasaran	18
2.5 EWOM	19
2.6 <i>Online Customer Review</i>	19
2.6.1 Faktor – faktor yang mempengaruhi <i>Online Customer Review</i>	20
2.6.2 Indikator <i>Online Customer Review</i>	21
2.7 Produk.....	21
2.8 <i>Variety of Selection</i>	22
2.8.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Variety of Selection</i>	22
2.8.2 Indikator <i>Variety of Selection</i>	23
2.9 Periklanan (<i>Advertising</i>).....	24
2.10 <i>Brand Ambassador</i>	25
2.10.1 Peran <i>Brand Ambassador</i>	26
2.10.2 Indikator <i>Brand Ambassador</i>	26
2.11 Penelitian Terdahulu	28
2.12 Kerangka pemikiran	30
2.13 Pengembangan Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Sumber Data	33
3.3 Metode Pengumpulan Data	33
3.4 Populasi dan Sampel.....	34
3.4.1 Populasi	34
3.4.2 Sampel	34
3.5 Variabel Penelitian	35

3.5.1 Variabel Independen.....	36
3.5.2 Variabel Dependen	36
3.6 Definisi Operasional Variabel	36
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	38
3.7.1 Uji Validitas.....	38
3.7.2 Uji Realibilitas.....	39
3.8 Uji Persyaratan Data.....	39
3.8.1 Uji Normalitas	39
3.8.2 Uji Linieritas.....	40
3.8.3 Uji Multikolinieritas	41
3.9 Metode Analisis Data	41
3.9.1 Regresi Linier Berganda.....	41
3.10 Pengujian Hipotesis	42
3.10.1 Uji t (Parsial)	42
3.10.2 Uji F (Serentak)	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Data	44
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	44
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden	47
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	53
4.2.1 Hasil Uji Validitas	53
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	56
4.3 Uji persyaratan Analisis Data.....	58
4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	58
4.3.2 Hasil Uji Linieritas	58

4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas.....	59
4.4 Hasil Metode Analisis Data.....	60
4.4.1 Hasil Regresi Linier Berganda	60
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	62
4.5.1 Hasil Uji t	62
4.5.2 Hasil Uji F	63
4.6 Pembahasan	64
4.6.1 Pembahasan <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.6.2 Pembahasan <i>Variety of Selection</i> Terhadap Keputusan Pembelian	65
4.6.3 Pembahasan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.6.4 Pembahasan <i>Online Customer Review, Variety of Selection dan Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Hasil Prasurvey yang Pernah Melakukan Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Scarlett Whitening.....	5
Tabel 1.2 Data Pembelian Produk Scarlett Whitening Secara Online Dan Offline	6
Tabel 1.3 Alasan konsumen memutuskan membeli Scarlett Whitening	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Instrument Skala Interval	34
Tabel 3.2 Data Kriteria Sampel	35
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 3.4 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelanjaan Responden	47
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Online Customer Review</i> (X1).....	47
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Variety of Selection</i> (X2)	49
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Variabel Brand Ambassador (X3)	50
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Online Customer Review</i> (X1)	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Variety of Selection</i> (X2)	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Brand Ambassador</i> (X3).....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian (Y).....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Relibilitas	57

Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.16 Hasil Uji Linieritas	58
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas.....	59
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Coefficients Regresi	60
Tabel 4.19 Hasil Model Summary.....	61
Tabel 4.20 Hasil Perhitungan Coefficiens.....	62
Tabel 4.21 Hasil Uji F	63

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Perkembangan Dunia Digital 2022 di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Produk yang Paling Banyak Dibeli di <i>E-commerce</i> dan Toko Fisik...3	
Gambar 1.3 Produk perawatan tubuh terlaris di Indonesia tahun 2021-2022	4
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	15
Gambar 2.2 Kerangka Pikir	30