

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
RIWAYAT HIDUP	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Grand Theory	14
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	14
2.1.2 Faktor-faktor Perilaku Konsumen	15
2.2 Keputusan Pembelian	16
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan pembelian	17
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.3 Digital Marketing.....	19
2.3.1 Pengertian Digital Marketing	19
2.3.2 Tujuan Digital Marketing	20
2.3.3 Indikator Digital Marketing	21
2.4 <i>Influencer</i>	22
2.4.1 Pengertian <i>Influencer</i>	22
2.4.2 Tujuan <i>Influencer</i>	23

2.4.3 Indikator <i>Influencer</i>	23
2.5 Online Customer Review.....	24
2.5.1 Pengertian Online Customer Review.....	24
2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Online Customer Review	24
2.5.3 Indikator Online Customer Review	25
2.7 Penelitian Terdahulu	26
2.7 Kerangka Pemikiran	32
2.8 Bangunan Hipotesis	32
2.8.1 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.8.2 Pengaruh <i>Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.8.3 Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Sumber Data	36
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.3 Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel	39
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	40
3.5 Uji Persyaratan Instrumen	42
3.5.1 Uji Validitas.....	42
3.5.2 Uji Reliabilitas	43
3.6 Uji Persyaratan Analisis Data	43
3.6.1 Uji Normalitas	43
3.6.2 Uji Linieritas	44
3.6.3 Uji Multikolinearitas.....	44
3.7 Metode Analisis	45
3.7.1 Analisis Linier Berganda	45
3.7.2 Uji Koefisiensi Determinasi	46
3.7.3 Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	48
4.1 Deskripsi Data Responden.....	48
4.2 Deskripsi Jawaban Responden	50
4.2.1 Hasil Jawaban tentang Digital Marketing.....	50
4.2.2 Hasil Jawaban tentang <i>Influencer</i>	52
4.2.3 Hasil Jawaban tentang Online Costumer Review.....	53

4.2.4 Hasil Jawaban tentang Keputusan Pembelian	54
4.3 Uji Kualitas Data	55
4.3.1 Uji Validitas	55
4.3.2 Uji Reliabilitas	57
4.4 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	58
4.4.1 Uji Normalitas	58
4.4.2 Uji Linieritas	61
Uji Multikolinieritas	61
4.5 Regresi Linier Berganda	62
4.6 Koefisien Determinasi	64
4.7 Uji Hipotesis Secara Parsial atau Uji t	64
4.7.1 Uji Hipotesis Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian	65
4.7.2 Uji Hipotesis <i>Influencer</i> terhadap Keputusan Pembelian	65
4.8 Pembahasan	66
4.8.1 Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian	66
4.8.2 Pengaruh <i>Influencer</i> terhadap Keputusan Pembelian	69
4.8.3 Pengaruh Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75