

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah.....	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Keputusan Pembelian	14
2.1.2 Online Customer Review	17
2.1.3 Promosi Penjualan	21
2.1.4 Penelitian Yang Relevan.....	26
2.1.6 Kerangka Berpikir.....	34
2.1.7 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
3.2 Populasi dan sampel.....	36
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel.....	37
3.3 Variabel penelitian dan Definisi Operasional.....	39
3.3.1 Variabel penelitian	31
3.3.2 Definisi Operasional Variabel	39
3.4 Jenis dan Sumber Data	41
3.4.1 Jenis data	41

3.4.2	Sumber Data	41
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6	Uji Instrumental Penelitian	47
3.6.1	Uji Validitas	47
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	48
3.7	Uji Asumsi Klasik	49
3.7.1	Uji Normalitas	49
3.7.2	Uji Multikolinieritas	50
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	50
3.8	Teknik Analisis Data.....	51
3.8.1	Analisis deskriptif.....	51
3.8.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
3.8	Pengujian Hipotesis.....	53
3.8.3.1	Uji T (Parsial).....	53
3.8.3.2	Uji F Simultan	53
3.8.3.3	Uji Koefisien Determinan (R).....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil dan Pembahasan.....	55
4.2	Identifikasi Responden.....	58
4.3	Uji validitas dan realibilitas	60
4.4	Uji Asumsi Klasik	64
4.5	Teknik Analisis Data.....	60
4.6	Hasil dan pembahasan.....	77
BAB V KESIMPULAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.	82
5.2	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA		84