DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **ii**
ABSTRACT ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xi**
BAB 1 PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 11
1.3 Batasan Masalah 12
1.4 Rumusan Masalah 12
1.5 Tujuan Penelitian 12
1.6 Manfaat Penelitian 13
BAB II KAJIAN PUSTAKA **15**
2.1 Dasar Teoritis 15
2.1.1 Minat Beli 15
2.1.2 *User Generated Content* 18
2.1.3 *Online Customer Review* 21
2.2 Penelitian Terdahulu 25
2.3 Kerangka Berpikir 27
2.4 Hipotesis Penelitian 29
BAB III METODE PENELITIAN **30**
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian 30
3.2 Jenis Penelitian 30
3.3 Populasi dan Sampel 30
3.4 Variabel Penelitian 32

3.5 Definisi Operasional Variabel 33
3.6 Desain Penelitian 34
3.7 Teknik Pengumpulan Data 34
3.8 Instrumen Penelitian 37
3.8.1 Uji Validitas 37
3.8.2 Uji Reliabilitas 38
3.9 Prosedur Penelitian 39
3.10 Analisis Data 40
3.10.1 Uji Asumsi Klasik 41
3.10.2 Analisis Regresi Berganda 42
3.10.3 Uji Hipotesis 43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 45
4.1 Hasil Penelitian 45
4.1.1 Deskripsi Penelitian 45
4.1.2 Hasil Analisis Penelitian 45
4.1.3 Uji Kualitas Instrumen Penelitian 52
4.1.4 Uji Asumsi Klasik 55
4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda 58
4.1.6 Uji Hipotesis 60
4.2 Pembahasan 63
4.2.1 Pengaruh *User Generated Content* terhadap Minat Beli 63
4.2.2 Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Minat Beli 64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 67
5.1 Kesimpulan 67
5.2 Saran 68
DAFTAR PUSTAKA 70
LAMPIRAN 74