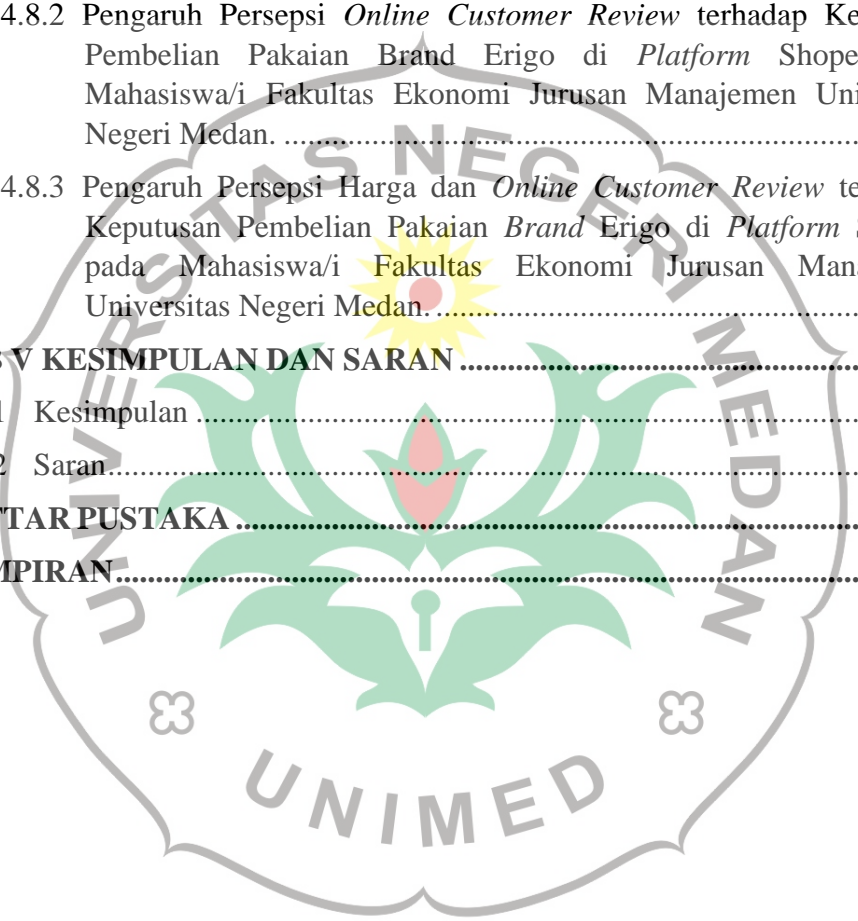


DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	18
1.3 Pembatasan Masalah	19
1.4 Perumusan Masalah	19
1.5 Tujuan Penelitian	20
1.6 Manfaat Penelitian	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA	23
2.1 Kerangka Teori.....	23
2.1.1. Keputusan Pembelian	23
2.1.2. Persepsi Harga	35
2.1.3. Online Customer Review	38
2.2 Penelitian-penelitian yang Relevan.....	43
2.3 Kerangka Berpikir.....	51
2.4 Hipotesis Penelitian.....	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
3.2 Populasi dan Sampel	54
3.2.1. Populasi.....	54
3.2.2 Sampel Penelitian.....	55
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	57
3.3.1. Variabel Penelitian.....	57
3.3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	58

3.4. Teknik Pengumpulan Data	59
3.4.1 Wawancara.....	59
3.4.2 Observasi	60
3.4.3 Kuesioner	60
3.4.4 Survei	60
3.5. Uji Instrumen Penelitian.....	62
3.5.1. Uji Validitas	62
3.5.2 Uji Reliabilitas	63
3.6 Teknik Analisis Data	63
3.6.1. Uji Asumsi Klasik.....	63
3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda	65
3.6.3. Uji Hipotesis	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Hasil Penelitian	69
4.1.1 Gambaran Umum Brand Erigo	69
4.2 Identifikasi Responden.....	70
4.2.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Angkatan.....	71
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Prodi	71
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	72
4.4 Uji Validitas Dan Realibilitas	77
4.4.1 Variabel Persepsi Harga (X_1).....	77
4.4.2 Variabel Online Customer Review (X_2).....	79
4.4.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	80
4.5 Uji Asumsi Klasik	81
4.5.1 Uji Normalitas.....	81
4.5.2 Uji Multikolinearitas	84
4.6 Teknik Analisis Data	86
4.6.1 Uji Regresi Linier Berganda	86
4.7 Uji Hipotesis	87
4.7.1 Uji T (Parsial).....	87
4.7.2 Uji F (Simultan)	89

4.8 Pembahasan dan Hasil.....	91
4.8.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pakaian <i>Brand Erigo</i> di <i>Platform</i> Shopee pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan.....	91
4.8.2 Pengaruh Persepsi <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian Pakaian <i>Brand Erigo</i> di <i>Platform</i> Shopee pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan.	92
4.8.3 Pengaruh Persepsi Harga dan <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian Pakaian <i>Brand Erigo</i> di <i>Platform</i> Shopee pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	104



THE
Character Building
 UNIVERSITY