

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	15
2.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	15
2.2 Perilaku Konsumen.....	16
2.3 Pembuatan Keputusan Pembelian.....	19
2.4 Review Online Konsumen.....	21
2.5 Persepsi Harga.....	25

2.6	Pemasaran Media Sosial.....	29
2.7	Promosi Penjualan.....	33
2.8	Kerangka Pemikiran.....	37
2.9	Hipotesis.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		40
3.1	Variabel Penelitian .....	40
3.1.1	Variabel Independen .....	40
3.1.2	Variabel Dependen.....	41
3.2	Definisi Operasional.....	41
3.3	Populasi dan Sampel .....	43
3.3.1	Populasi.....	43
3.3.2	Sampel.....	43
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	45
3.4.1	Data Primer .....	45
3.4.2	Data Sekunder .....	46
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	46
3.6	Uji Kelayakan Kuesioner .....	47
3.6.1	Uji Semantik .....	47
3.6.2	Uji Statistik .....	59
3.7	Metode Analisis.....	63
3.7.1	Angka indeks.....	63
3.7.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
3.8	Uji Hipotesis.....	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		71
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	71
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	71
4.1.2	Gambaran Umum Responden Penelitian .....	71
4.2	Angka Indeks.....	76
4.2.1	Angka Indeks Variabel <i>Review Online</i> Konsumen.....	77
4.2.2	Angka Indeks Variabel Persepsi Harga.....	78

4.2.3	Angka Indeks Variabel Pemasaran Media Sosial .....	79
4.2.4	Angka Indeks Variabel Promosi Penjualan.....	79
4.2.5	Angka Indeks Variabel Pembuatan Keputusan Pembelian.....	80
4.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	81
4.3.2	Analisis Regresi Linier Berganda .....	86
4.3.3	Uji Kelayakan Model .....	90
4.4	Uji Hipotesis.....	92
BAB V	PENUTUP.....	99
5.1	Kesimpulan Masalah Penelitian .....	99
5.2	Implikasi Teori .....	99
5.3	Implikasi Manajerial.....	103
5.4	Keterbatasan Penelitian .....	104
5.5	Saran Penelitian Mendatang .....	104
DAFTAR PUSTAKA	.....	106
LAMPIRAN	.....	111

**FEB UNDIP**