

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Skala Usaha.....	1
1.1.3 Produk N'pure.....	2
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	18
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Kegunaan Penelitian	19
1.6 Sistematika Penulisan	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	21
2.1.1 Pemasaran	21
2.1.2 Manajemen Pemasaran	21
2.1.3 Perilaku Konsumen	21
2.1.4 Online Customer Review	23
2.1.5 Kualitas Produk.....	25
2.1.6 Minat Beli	28
2.1.7 Dimensi Minat Beli	29
2.1.8 Online Customer Review dengan Minat Beli	30
2.1.9 Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu	31

2.3	Kerangka Pemikiran	41
2.4	Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1	Jenis Penelitian	45
3.2	Alat Pengumpulan Data	45
3.2.1	Jenis Variabel Penelitian.....	45
3.2.2	Operasional Variabel	46
3.2.3	Skala Pengukuran	48
	<i>Sumber: Olahan Penulis, 2022</i>	49
3.3	Tahapan Penelitian.....	49
3.4	Populasi dan Sampel.....	49
3.4.1	Populasi.....	49
3.4.2	Sampel	49
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6	Validitas Dan Uji Reliabilitas.....	51
3.6.1	Uji Validitas	51
3.6.2	Uji Reliabilitas	54
3.7	Teknik Analisis Data	55
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	55
3.7.2	Method of Successive Interval (MSI).....	57
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	58
3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda	59
3.7.5	Pengujian Hipotesis	60
3.7.6	Uji Parsial T	60
3.7.7	Uji Simultan (Uji-F)	61
3.7.8	Koefisien Determinasi (R^2).....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1	Pengumpulan Data.....	63
4.2	Karakteristik Responden	63
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	66

4.3	Hasil Penelitian.....	67
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	67
4.3.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	78
4.4	Method Of Succesive Interval (MSI).....	80
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	80
4.5.1	Uji Normalitas.....	80
4.5.2	Uji Multikolinearitas	82
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	83
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	85
4.7	Uji Hipotesis.....	86
4.7.1	Uji Parsial (Uji t).....	86
4.7.2	Uji Simultan (Uji F)	88
4.8	Hasil Uji Koefisien Determinasi	89
4.9	Pembahasan dan hasil Penelitian.....	89
4.9.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>Online Customer Review</i> Pada Tiktok	90
4.9.2	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	90
4.9.3	Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli	91
4.9.4	Analisis Pengaruh Online Customer Review Pada Tiktok Terhadap Minat Beli	91
4.9.5	Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	92
4.9.6	Analisis Pengaruh Online Customer Review Pada Tiktok dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Secara Simultan.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		93
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Saran	93
5.2.1	Saran Bagi N'pure.....	93
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	94
DAFTAR PUSTAKA.....		95
LAMPIRAN		100