

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Glad2Glow.....	1
1.1.2 Logo Glad2Glow	2
1.1.3 Produk Glad2Glow.....	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah.....	18
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.5.1 Aspek Teoritis	19
1.5.2 Aspek Praktis.....	20
1.6 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	22
2.1.1 Pemasaran	22
2.1.2 Influencer Marketing.....	23
2.1.3 Online Customer Review	25
2.1.4 Keputusan Pembelian	26
2.2 Hubungan Antar Variabel	28
2.2.1 Hubungan <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	28
2.2.2 Hubungan <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	29

2.3 Penelitian Terdahulu	30
2.4 Kerangka Pemikiran.....	36
2.5 Hipotesis Penelitian.....	38
2.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Operasionalisasi Variabel	39
3.2.1 Variabel Operasional	39
3.2.2 Tabel Operasional Variabel	40
3.2.3 Skala Pengukuran	48
3.3 Tahapan Penelitian	48
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.4.1 Populasi	49
3.4.2 Sampel	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	51
3.5.1 Data Primer	51
3.5.2 Data Sekunder.....	51
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	52
3.6.1 Uji Validitas.....	52
3.6.2 Uji Reabilitas.....	54
3.7 Teknik Analisis Data	55
3.7.1 Analisis Data Deskriptif	56
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
3.7.3 Method of Successive Interval (MSI)	58
3.8 Uji Asumsi Klasik	58
3.8.1 Uji Normalitas	59
3.8.2 Uji Multikolinearitas	59
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	59
3.9 Uji Hipotesis	60
3.9.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji f)	60
3.9.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	61
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Pengumpulan Data	63

4.2 Karakteristik Responden	64
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Provinsi	66
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	67
4.3 Analisis Deskriptif	68
4.3.1 Tanggapan Responden Variabel <i>Influencer Marketing</i>	68
4.3.2 Tanggapan Responden Variabel <i>Online Customer Review</i>	73
4.3.3 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	79
4.4 Uji Asumsi Klasik	85
4.4.1 Uji Normalitas	85
4.4.2 Uji Multikolinearitas	86
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	86
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	87
4.6 Uji Hipotesis	88
4.6.1 Uji Simultan (f).....	88
4.6.2 Uji Parsial (t).....	89
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi	91
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	91
4.7.1 <i>Influencer Marketing</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow	92
4.7.2 <i>Online Customer Review</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow	93
4.7.3 <i>Influencer Marketing</i> dan <i>Online Customer Review</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Glad2Glow	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	96
5.2.1 Saran bagi Perusahaan	96
5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya.....	97
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	102