

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	3
1.1.4 Produk Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah.....	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	18
1.5.1 Aspek Teoritis	18
1.5.2 Aspek Praktis	18
1.6 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu.....	20

2.1.1	Perilaku Konsumen	20
2.1.2	Pemasaran	20
2.1.3	<i>Brand</i> (Merek).....	21
2.1.4	<i>Electronic Word of Mouth</i> (EWOM).....	21
2.1.5	<i>Brand Awareness</i>	22
2.1.6	<i>Online Customer Review</i>	23
2.1.7	Minat Beli	25
2.1.8	Penelitian Terdahulu.....	28
2.2	Hubungan Antar Variabel	34
2.2.1	Hubungan <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli	34
2.2.2	Hubungan <i>Online Customer Review</i> terhadap Minat beli.....	34
2.2.3	Hubungan <i>Brand Awareness</i> dan <i>Online Customer Review</i> terhadap Minat Beli	35
2.3	Kerangka Pemikiran	35
2.4	Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	Jenis Penelitian	37
3.2	Operasional Variabel	37
3.2.1	Skala Pengukuran.....	40
3.3	Tahap Penelitian	40
3.4	Populasi dan Sampel	41
3.4.1	Populasi.....	41
3.4.2	Sampel.....	42
3.5	Pengumpulan Data	43
3.6	Uji Validitas dan Realibilitas	44

3.6.1	Uji Validitas.....	44
3.6.2	Uji Realibilitas	47
3.7	Teknik Analisis Data.....	48
3.7.1	Analisis Deskriptif	48
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	50
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.8	Uji Hipotesis.....	52
3.8.1	Uji Parsial (Uji T).....	52
3.8.2	Uji Simultan (Uji F)	53
3.9	Koefisien Determinasi	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Karakteristik Responden	55
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.2	Hasil Penelitian.....	58
4.2.1	Analisis Deskriptif	58
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	66
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda	68
4.2.4	Uji Hipotesis	70
4.2.5	Koefisien Determinasi.....	72
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
4.3.1.	Variabel <i>Brand Awareness</i>	73
4.3.2	Variabel Online Customer Review.....	74
4.3.3	Variabel Minat Beli	74

4.3.4	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli Adidas pada Pengguna Shopee	74
4.3.5	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Minat Beli Adidas pada Pengguna Shopee	75
4.3.6	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan <i>Online Customer Review</i> terhadap Minat Beli Adidas pada Pengguna Shopee	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran	79
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	79
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	80
DAFTAR PUSTAKA.....		81
LAMPIRAN.....		88