

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Persetujuan Pembimbing	ii
Pengesahan Munaqosyah	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi	iv
Abstrak	v
Motto	vi
Persembahan	vii
Kata Pengantar	x
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori	
1. Pemasaran	11
2. <i>E-Commerce</i>	13
3. Perilaku Konsumen	16

4. Keputusan Pembelian	18
5. <i>Celebrity Endorser</i>	27
6. <i>Citra Merk</i>	33
7. Harga	39
B. Penelitian Terdahulu	44
C. Kerangka Berpikir	47
D. Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	54
B. Setting Penelitian	54
C. Populasi dan Sampel	55
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel ..	57
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	63
F. Teknik Pengumpulan Data	65
G. Teknik Analisis Data	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	
1. Gambaran Obyek Penelitian	75
2. Gambaran Umum Responden	80
3. Analisis Data	99
a. Uji Validitas	99
b. Uji Reliabilitas	101
c. Uji Prasyarat	102

B. Pembahasan Hasil Penelitian 114

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 119

B. Saran 120

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	58
Tabel 3.2	Bobot Nilai	66
Tabel 4.1	Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel 4.2	Komposisi Responden Berdasarkan Usia	82
Tabel 4.3	Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	83
Tabel 4.4	Komposisi Responden Berdasarkan Posisi/Jabatan di PT HWA Seung Indonesia Cabang Jepara	83
Tabel 4.5	Komposisi Responden Berdasarkan Masa Kerja	84
Tabel 4.6	Komposisi Responden Berdasarkan Lama Pemakaian Facebook dan Instagram	85
Tabel 4.7	Hasil dari Jawaban Kuesioner Responden	86
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas	100
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	101
Tabel 4.10	Uji Normalitas	103
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolonieritas	104
Tabel 4.12	Hasil Uji Autokorelasi	105
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	108
Tabel 4.14	Hasil Uji Parsial (Uji T)	109
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 49
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas 107

