

2.1.3. <i>Online Customer Review</i>	18
2.1.3.1. Definisi <i>online customer review</i>	18
2.1.3.2. Faktor- Faktor yang <i>Mempengaruhi Online Customer Review</i>	19
2.1.3.3. Indikator <i>Online Customer Review</i>	19
2.1.4. Kualitas Produk.....	20
2.1.4.1. Definisi Kualitas Produk	20
2.1.4.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	21
2.1.4.3. Indikator Kualitas Produk	21
2.1.5. Harga	22
2.1.5.1. Definisi Harga	22
2.1.5.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga	23
2.1.5.3. Indikator Harga	25
2.1.6. Hubungan Antara <i>Viral Marketing, Online Customer Review, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian</i>	25
2.2. Penelitian Terdahulu.....	28
2.3. Kerangka Berfikir.....	32
2.4. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1. Ruang Lingkup dan Lokasi Penelitian	35
3.2. Jenis dan Sumber Data	35
3.3. Populasi dan Sampel.....	36
3.4. Metode Pengumpulan Data	38
3.5. Metode Analisis Data	40
3.6. Definisi Operasional Variabel	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.2. Hasil Penelitian.....	52
4.2.1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	52
4.2.2. Identifikasi Karakteristik Responden.....	52
4.2.3. Hasil Tanggapan Responden.....	56
4.2.4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
4.2.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
4.2.6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	71
4.2.7. Hasil Uji Hipotesis.....	73
4.3. Pembahasan.....	77
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 81
5.1. kesimpulan.....	81
5.2. Saran.....	82
 DAFTAR PUSTAKA.....	 84
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Skala Likert 39
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel 48
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 53
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia 53
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Fakultas 54
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan 55
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian 55
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Viral Marketing</i> 56
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Online Customer Review</i> 58
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Pada Variabel Kualitas Produk 60
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Pada Variabel Harga 62
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian 64
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas 66
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas 67
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas 69
Tabel 4.14	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda 71
Tabel 4.15	Hasil Uji t 73
Tabel 4.16	Hasil Uji F 76
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... 76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik 10 <i>Brand Skincare</i> Terlaris di <i>E-Commerce</i>	3
Gambar 1.2 Grafik 10 Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia	4
Gambar 1.3 Grafik Perbandingan Toko <i>Online</i> di Indonesia	5
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	33
Gambar 4.1 Logo Produk Scarlett Whitening	50
Gambar 4.2 Rangkaian Produk Scarlett Whitening	51
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas	68
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Wawancara Kepada Konsumen.....	88
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 3. Data Input Hasil Penelitian	94
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	99
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	104
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik	109
Lampiran 7. Output SPSS	111
Lampiran 8. Tabel Tanggapan Responden	112
Lampiran 9. Dokumentasi Penelitian	118
Lampiran 10. <i>Screenshot Google Form</i>	120
Lampiran 11. Data R Tabel	127
Lampiran 12. Riwayat Hidup	128