

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Identifikasi Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Kegunaan Penelitian	16
1.5.1 Kegunaan Teoritis	16
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	17
1.6 Waktu dan Periode penelitian	17
1.7 Sistematika Penulisan	17
BAB II.....	18
KAJIAN PUSTAKA.....	18
2.1 Rangkuman Teori Penelitian.....	18
2.1.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	18
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	19
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i>	20
2.1.4 Berbagai Jenis Aplikasi Media Sosial.....	21
2.1.5 <i>Online Customer Review (OCR)</i>	22
2.1.6 Kepercayaan.....	24
2.1.7 Minat Beli	26
2.1.8 Hubungan antara Online Customer Review dan Kepercayaan	27

2.1.9	Hubungan antara Kepercayaan dan Minat Beli	28
2.1.10	Hubungan antara <i>Online Customer Review</i> terhadap Minat Beli	28
2.1	Penelitian Terdahulu	29
2.3	Kerangka Pemikiran.....	37
2.4	Hipotesis Penelitian	40
2.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	41
METODE PENELITIAN.....		42
3.1	Jenis Penelitian.....	42
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	42
3.2.1	Variabel Penelitian.....	42
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	43
3.2.3	Skala Pengukuran.....	46
3.3	Tahapan Penelitian.....	47
3.4	Populasi dan Sampel	47
3.4.1	Populasi.....	47
3.4.2	Sampel	48
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel	50
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5.1	Data Primer	51
3.5.2	Data Sekunder.....	52
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.6.1	Uji Validitas	53
3.6.2	Uji Reliabilitas	55
3.7	Teknik Analisis Data.....	56
3.7.1.	Analisis Deskriptif	57
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	58
3.7.3	Metode Successive Interval (MSI)	61
3.7.4	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	62
BAB IV		68
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		68
4.1	Pengumpulan Data	68
4.2	Karakteristik Responden	68
4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	69
4.2.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	70
4.3	Hasil Penelitian	71

4.3.1 Analisis Deskriptif	71
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	85
4.4 Method Successive Interval (MSI)	90
4.5 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	90
4.5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	101
BAB V	109
KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran	110
5.2.1 Saran bagi Cine Crib.....	110
5.2.3 Saran bagi BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif).....	112
5.2.3 Saran bagi Penelitian selanjutnya	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	119