

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
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 .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	12
1.4 Pertanyaan Penelitian .....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu .....	15
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	15
2.1.2 Media Sosial.....	18
2.1.3 Ulasan Produk .....	18
2.1.4 Keputusan Pembelian ( <i>Purchase Decision</i> ).....	21
2.1.5 Tahapan Konsumen Dalam Melakukan Keputusan Pembelian.....	22

2.1.6	Penelitian Terdahulu .....	22
2.2	<i>Research Development</i> .....	29
2.2.1	<i>Effect Emotion Content on Perceived Product Quality</i> .....	29
2.2.2	<i>Moderating Effects of Perceived Empathy dan Perceived Cognitive Effort</i> .....	29
2.2.3	<i>Effects of Perceived Product Quality on Purchase Decision</i> .....	31
2.3	Kerangka Pemikiran .....	31
2.4	Hipotesis Penelitian .....	33
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	35
3.2	Operasional Variabel .....	37
3.3	Tahap Penelitian .....	39
3.4	Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1	Populasi .....	41
3.4.2	Sampel.....	41
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber.....	42
3.5.1	Sumber Data.....	42
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.6	Uji Validitas dan Realibitas .....	44
3.6.1	Uji Validitas .....	44
3.6.2	Uji Realibilitas .....	48
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	50
3.7.1	Teknik Analisis Data.....	50
3.7.2	Evaluasi Model Pengukuran .....	51
3.7.3	Uji Signifikansi Pengaruh (Bootstrapping / Uji Hipotesis)..	52
3.8	Analisis Deskriptif.....	53

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
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 Pendidikan Terakhir .....	57
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	57
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	58
4.2.2 Analisis Evaluasi Outer Model ( <i>Measurement Model</i> ).....	64
4.2.3 Uji Reliabilitas .....	69
4.2.4 Uji Model Struktural (Inner Model).....	70
4.2.5 Analisis Uji Hipotesis .....	73
4.3 Analisis Uji Goodness of Fit .....	75
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
4.4.1 Pengaruh <i>Perceived Reviewers Emotion</i> terhadap <i>Perceived                 Product Quality</i> .....	75
4.4.2 Pengaruh <i>Perceived Cognitive Effort</i> terhadap <i>Perceived                 Product Quality</i> .....	75
4.4.3 Pengaruh <i>Perceived Empathy</i> terhadap <i>Perceived Product                 Quality</i> .....	76
4.4.4 Pengaruh <i>Perceived Product Quality</i> terhadap <i>Purchase                 Decision</i> .....	76
4.4.5 Pengaruh <i>Perceived Empathy</i> sebagai Variabel Moderasi ..	76
4.4.6 Pengaruh <i>Perceived Cognitive Effort</i> sebagai Variabel Moderasi.....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>79</b>
5.1 Kesimpulan.....	79

5.2 Saran .....	80
5.2.1 Saran Praktis .....	80
5.2.2 Saran Teoritis .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>