

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teoritis	8
2.1.1. Lulur Bedda Lotong	8
2.1.2. Online Shop.....	9
2.1.3. Online Customer Review	11
2.1.4. Online Customer Rating.....	13
2.1.5. Online Vlogger Review.....	14
2.1.6. Perilaku Konsumen	15
2.1.7. Keputusan Pembelian	20
2.2. Penelitian Terdahulu	23
2.3. Kerangka Pikir Penelitian	27
2.4. Hipotesis	28

III. METODE PENELITIAN	29
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.2. Populasi dan Sampel	29
3.3. Jenis dan Sumber Data	29
3.4. Pengumpulan Data	30
3.5. Analisis Data	31
3.6. Definisi Operasional	41
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	43
4.1. Profil Perusahaan	43
4.2. Sejarah Perusahaan	44
4.3. Visi dan Misi CV. Idlan Waranie Perkasa.....	44
4.4. Struktur Organisasi CV.Idlan Waranie Perkasa	46
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	48
5.1. Identitas Responden.....	48
5.1.1. Umur.....	49
5.1.2. Jenis Kelamin	49
5.1.3. Pekerjaan	50
5.2. Jenis Harga Volume Penjualan Lulur Bedda Lotong Mabello	51
5.3. Fitur-Fitur Aplikasi Tiktok dan Fungsinya.....	55
5.4. Fitur-Fitur Tiktok Shop pada mabelloindonesia.....	58
5.5. Kategori Online Customer Review, Rating, Vlogger Review dan Keputusan Pembelian	60
5.5.1. Online Customer Review (X1)	60
5.5.2. Online Customer Rating (X2)	62
5.5.3. Online Vlogger Review (X3).....	64
5.5.4. Rekapitulasi Kategori Variabel X	65
5.5.5. Keputusan Pembelian.....	66
5.6. Analisis Pengaruh Online Customer Review, Rating dan Vlogger Review Terhadap Keputusan Pembelian	67
5.6.1. Uji Instrumen	67

5.6.2. Uji Varians	70
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	76
6.1. Kesimpulan.....	76
6.2. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	82