

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT	ix
RINGKASAN	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Perumusan Masalah	7
1. 3 Tujuan Penelitian	7
1. 4 Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	10
2. 2 Landasan Teori	21
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	21

2.2.2	Electronic Word Of Mouth.....	22
2.2.3	Review Customer.....	26
2.2.4	Promotion.....	29
2.2.5	Keputusan pembelian.....	32
2.3	Kerangka Berfikir	36
2.4	Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Waktu dan Lokasi Penelitian	38
3.2	Jenis Penelitian	38
3.3	Teknik Penarikan Sampel	38
3.3.1	Populasi.....	38
3.3.2	Sampel.....	39
3.3.3	Teknik Sampling.....	40
3.4	Metode Pengumpulan Data	40
3.4.1	Jenis data dan Sumber data.....	40
3.4.2	Teknik Pengumpulan data.....	41
3.5	Operasional Variabel	42
3.5.1	Variabel Independen atau variabel bebas (X).....	42
3.5.2	Variabel dependen atau variabel terikat (Y).....	45
3.6	Metode Analisis Data	49
3.6.1	Uji Validitas.....	49
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	50
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
3.6.4	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.6.5	Uji Korelasi Berganda.....	53
3.6.6	Koefisien Determinasi.....	55

3.6.7	Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji t).....	56
3.6.8	Uji Signifikan Pengaruh Simultan (Uji F).....	58
3.7	Jadwal Penelitian	60
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN		61
4.1	Keadaan Umum Universitas Islam Lamongan	61
4.1.1	Sejarah Berdirinya Universitas Islam Lamongan (UNISLA).....	61
4.1.2	Visi dan Misi Univeristas Islam Lamongan.....	62
4.1.3	Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan.....	63
4.1.4	Visi dan Misi Fakultas Ekonomi.....	64
4.2	Gambaran Umum Aplikasi Tiktok	65
4.2.1	Profil Tiktok.....	65
4.2.2	Tiktok di Indonesia.....	66
4.2.3	Logo TikTok.....	66
4.2.4	Fitur Tiktok Shop pada Aplikasi Tiktok.....	67
4.2.5	Produk dan Layanan Tiktok Shop.....	68
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		71
5.1	Karakteristik Responden	71
5.1.1	Responden Berdasarkan Program Studi.....	71
5.1.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
5.1.3	Responden Berdasarkan Usia.....	72
5.1.4	Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Pada TikTok Shop.....	73
5.2	Deskripsi Penilaian Responden	74
5.2.1	Deskripsi Penilaian Variabel Electronic Word of Mouth (X1).....	74
5.2.2	Deskripsi Penilaian Variabel Customer Review (X2).....	76
5.2.3	Deskripsi Penilaian Variabel Promotion (X3).....	78
5.2.4	Deskripsi Penilaian Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	79

5.3 Analisis Data	80
5.3.1 Uji Validitas.....	80
5.3.2 Uji Reliabilitas.....	82
5.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
5.3.4 Uji Asumsi Klasik.....	85
5.3.5 Korelasi Berganda.....	89
5.3.6 Koefisien Determinasi.....	90
5.3.7 Uji t.....	91
5.3.8 Uji F.....	94
BAB VI KESIMPULAN	96
6.1 Kesimpulan	96
6.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	16
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi	39
Tabel 3. 2 Skor Likert Angket Kuesioner	41
Tabel 3. 3 Operasional Variabel	47
Tabel 3. 4 Interpretasi koefisien korelasi	55
Tabel 3. 5 Jadwal Penelitian	60
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	71
Tabel 5. 2 karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	73
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	73
Tabel 5. 5 Penilaian Responden Terhadap Variabel EWOM (X1)	74
Tabel 5. 6 Penilaian Responden Terhadap Variabel Customer Review (X2)	76
Tabel 5. 7 Penilaian Responden Terhadap Variabel Promotion (X3)	78
Tabel 5. 8 Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	79
Tabel 5. 9 Hasil Pengujian Validitas	81
Tabel 5. 10 Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 5. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	83
Tabel 5. 12 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	85
Tabel 5. 13 Hasil Uji Multikolonieritas	88
Tabel 5. 14 Hasil Uji Autokorelasi	89
Tabel 5. 15 Hasil Uji Korelasi Berganda	89
Tabel 5. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	90
Tabel 5. 17 Hasil Uji t (Uji Parsial)	91
Tabel 5. 18 Hasil Uji F (Uji Simultan)	94

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berfikir Penelitian	36
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Data Statistik Negara Pengguna Aktif Tiktok	2
Gambar 3. 1 Kurva Uji t	57
Gambar 3. 2 Kurva Uji F	59
Gambar 4. 1 Logo Tiktok	66
Gambar 4. 2 Fitur TiktokShop	70
Gambar 5. 1 Hasil Uji Normalitas	86
Gambar 5. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
Gambar 5. 3 kurva uji t variabel eWOM (X1)	92
Gambar 5. 4 kurva uji t variabel Customer Review (X2)	93
Gambar 5. 5 kurva uji t variabel Promotion (X3)	93
Gambar 5. 6 Kurva Hasil Uji F	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	102
Lampiran 2 Tabulasi Hail Kuesioner	106
Lampiran 3 Olah Data Deskriptif Variabel	110
Lampiran 4 Hasil Uji validitas dan Reliabilitas	116
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	123
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi	125
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	126
Lampiran 8 R tabel Uji Validitas	127
Lampiran 9 Tabel Durbin Watson	130
Lampiran 10 t tabel	133
Lampiran 11 F tabel	136
Lampiran 12 Surat Ijin Penelitian	138
Lampiran 13 Surat Balasan Penelitian	139
Lampiran 14 Berita Acara Bimbingan Skripsi	140
Lampiran 15 Surat Keterangan Plagiasi	142