

DAFTAR ISI

JUDUL TESIS	i
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pokok Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Ruang Lingkup Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
F. Kerangka Penulisan	9
BAB II TELAAH KEPUSTAKAAN	11
A. Tinjauan Pustaka	11
1. <i>Purchase Decision</i>	11
2. <i>Brand Image</i>	17
3. <i>Online Customer Review</i>	23
B. Keterkaitan antar Variabel	26
C. Penelitian Terdahulu	27
D. Kerangka Pemikiran	37
E. Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
A. Jenis dan Periode Penelitian	39
B. Sumber dan Pengumpulan Data	40
C. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	41
D. Metode Analisis	47
E. Hipotesis Statistik dan Pengujiannya	49
BAB IV ANALISIS DAN BAHASAN TEMUAN	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
B. Profil Responden	54
C. Hasil Pengujian	57
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	57
2. Analisis Deskriptif	59
3. Uji Prasyarat Analisis	63
4. Analisis Regresi Berganda	65
D. Hasil Penelitian dan Pembahasan	68
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	68
2. Uji Asumsi Klasik	69

3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> Generasi Z di Jakarta Utara pada <i>Marketplace</i> Shopee	69
4. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> Generasi Z di Jakarta Utara pada <i>Marketplace</i> Shopee	72
5. Pengaruh <i>Brand Image</i> Dan <i>Online Customer Review</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> Generasi Z di Jakarta Utara pada <i>Marketplace</i> Shopee	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	84