

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ixi
DAFTAR GRAFIK	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	13
1.2.1. Identifikasi masalah	13
1.2.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian.....	15
1.4. Manfaat	15
1.4.1. Manfaat Teoritis	15
1.4.2. Manfaat Praktis	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS..	17
2.1. Kajian Pustaka.....	17
2.1.1. Teori Ilmu Manajemen.....	17
2.1.2. Manajemen Pemasaran	22
2.1.3. <i>Social Proof</i>	27
2.1.4. <i>Online Customer Review</i>	29
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	33
2.1.6. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	39
2.2. Kerangka Pemikiran.....	42
2.3. Hipotesis Penelitian.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1. Metode Penelitian yang digunakan	50
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	51
3.2.1. Definisi Variabel	51
3.2.2. Operasionalisasi Variabel	53
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	54
3.3.1. Populasi.....	54
3.3.2. Sampel.....	55
3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	57
3.4.1. Sumber Data.....	57

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data	58
3.5. Teknik Analisis Data	59
3.5.1. Analisis Deskriptif	59
3.5.2. Analisis Verifikatif	61
3.6. Tempat dan Waktu Penelitian.....	69
3.6.1. Tempat Penelitian.....	69
3.6.2. Waktu Penelitian	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Hasil Penelitian	71
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.1.1 Profil UMKM Foomoo.Id Ciamis.....	71
4.1.1.2 Visi dan Misi UMKM Foomoo.Id Ciamis	72
4.1.1.3 Struktur Organisasi UMKM Foomoo.Id Ciamis.....	72
4.1.1.4 <i>Job</i> Deskripsi UMKM Foomoo.Id Ciamis.....	73
4.1.2 Karakteristik Responden	74
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	78
4.1.3.1 Hasil Penelitian tentang <i>Social Proof</i> pada UMKM Foomoo.Id Ciamis	79
4.1.3.2 Hasil Penelitian tentang <i>Online Customer Review</i> pada UMKM Foomoo.Id Ciamis.....	93
4.1.3.3 Hasil Penelitian tentang Keputusan Pembelian Produk pada UMKM Foomoo.Id Ciamis	107
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	121
4.1.4.1 Pengaruh <i>Social Proof</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Foomoo.Id Ciamis	121
4.1.4.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Foomoo.Id Ciamis	127
4.1.4.3 Pengaruh <i>Social Proof</i> dan <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Foomoo.Id Ciamis.....	132
4.2 Pembahasan	141
4.2.1 Pengaruh <i>Social Proof</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Foomoo.Id Ciamis	141
4.2.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Foomoo.Id Ciamis	145
4.2.3 Pengaruh <i>Social Proof</i> dan <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Foomoo.Id Ciamis	149

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	154
	5.1 Simpulan	154
	5.2 Saran	155
DAFTAR PUSTAKA		157
LAMPIRAN		