

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN MUNAQOSYAH</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	13
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Manfaat Penelitian .....	14
E. Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori .....	16
1. <i>Grand theory</i> .....	16
2. Keputusan Pembelian .....	17
3. <i>Customer Review</i> .....	25
4. <i>Social Media Marketing</i> .....	32
5. <i>Green Marketing</i> .....	39
B. Penelitian Terdahulu .....	47
C. Kerangka Berpikir .....	51
D. Hipotesis .....	52
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan .....	56
B. Setting Penelitian .....	56
C. Populasi dan Sampel .....	56
D. Desain dan Definisi Operasional .....	58
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	61
F. Teknik Pengumpulan Data .....	63
G. Teknik Analisis Data .....	64

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	69
1. Gambaran Obyek Penelitian.....	69
a. Profil Jahe Rempah Mbah Tolok.....	69
b. Visi .....	70
c. Misi.....	70
B. Deskripsi Responden.....	70
1. Jenis Kelamin Responden .....	70
2. Usia Responden .....	70
3. Volume Konsumsi Responden .....	71
C. Deskripsi Hasil Penelitian .....	71
1. Variabel <i>Customer Review</i> .....	71
2. Variabel <i>Social Media Marketing</i> .....	73
3. Variabel <i>Green Marketing</i> .....	75
4. Variabel Keputusan Pembelian .....	76
D. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	78
1. Uji Validitas .....	78
2. Uji Realibilitas .....	79
E. Uji Asumsi Klasik.....	80
1. Uji Normalitas.....	80
2. Uji Multikolinieritas.....	81
3. Uji Heteroskedastisitas.....	81
4. Uji Autokorelasi.....	83
F. Uji Hipotesis .....	84
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
2. Uji Koefisien Determintasi (R <sup>2</sup> ) .....	85
3. Uji F (Simultan) .....	85
4. Uji T (Parsial) .....	86
G. Pembahasan .....	87
1. Pengaruh <i>Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
2. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	89
3. Pengaruh <i>Green Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	91

**BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	95

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN-LAMPIRAN****DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Data Akun Instagram Beserta Jumlah Pengikut .....	9
Tabel 1.2	: Data Produk Jahe Rempah Mbah Tolok Periode 2021 .....	11
Tabel 1.3	: <i>Research Gap</i> Penelitian .....	12
Tabel 2.1	: Perbedaan Pemasaran Media Sosial atau <i>Social Media Marketing</i> dan Pemasaran Tradisional .....	36
Tabel 2.2	: Penelitian Terdahulu .....	47
Tabel 3.1	: Definisi Operasional .....	58
Tabel 3.2	: Skor Skala <i>Likert</i> .....	64
Tabel 4.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	71
Tabel 4.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Volume Konsumsi .....	71
Tabel 4.4	: Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Customer Review</i> (X1) .....	72
Tabel 4.5	: Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X2) .....	73
Tabel 4.6	: Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Green Marketing</i> (X3) .....	75
Tabel 4.7	: Hasil Jawaban Responden variable Keputusan Pembelian (Y) .....	76
Tabel 4.8	: Hasil Uji Validitas.....	78
Tabel 4.9	: Hasil Uji Reliabilitas .....	79
Tabel 4.10	: Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogrov-Smirnov</i> .....	80
Tabel 4.11	: Hasil Uji Multikolinieritas .....	81
Tabel 4.12	: Hasil Uji Autokorelasi .....	83
Table 4.13	: Perbandingan Autokorelasi .....	83
Tabel 4.14	: Uji Run Test.....	83
Tabel 4.15	: Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	84
Tabel 4.16	: Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	85
Tabel 4.17	: Hasil Uji F (Simultan).....	86
Tabel 4.18	: Hasil Uji T (Parsial) .....	86

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	: Model <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	17
Gambar 2.2	: Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	22
Gambar 2.3	: Kerangka Berpikir .....	52
Gambar 4.1	: Logo Jahe Rempah Mbah Tolok.....	69
Gambar 4.2	: Hasil Uji Normalitas Probability Plot .....	81
Gambar 4.3	: Hasil Uji Heteraskedastisitas .....	82

