

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>14</b>
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	14
1.2    Latar Belakang Penelitian .....	15
1.3    Perumusan Masalah .....	20
1.4    Tujuan Penelitian .....	21
1.5    Manfaat Penelitian .....	21
<b>1.5.1    Manfaat Teoritis</b> .....	22
<b>1.5.2    Manfaat Praktis</b> .....	22
1.6    Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	22
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>24</b>
2.1    Landasan Teori.....	24
<b>2.1.1    Pemasaran</b> .....	24
<b>2.1.2    E-Commerce</b> .....	24
<b>2.1.3    Perilaku Konsumen</b> .....	25
<b>2.1.4    Sifat dan Perilaku Konsumen</b> .....	26
<b>2.1.5    Online Customer Review dan Rating</b> .....	27
<b>2.1.6    Keputusan Pembelian</b> .....	28
2.2    Penelitian Terdahulu .....	30
2.3    Kerangka Pemikiran.....	41
2.4    Hipotesis Penelitian .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>44</b>
3.1    Jenis Penelitian.....	44
3.2    Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	46
<b>3.2.1    Skala Pengukuran</b> .....	48
3.3    Tahapan Penelitian.....	48
3.4    Populasi dan Sampel .....	49
<b>3.4.1    Populasi</b> .....	49
<b>3.4.2    Sampel</b> .....	49

<b>3.4.3</b>	<b>Pengumpulan Sampel</b> .....	50
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	51
<b>3.5.1.</b>	<b>Data Primer</b> .....	51
<b>3.5.2.</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data</b> .....	52
3.6	Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	52
<b>3.6.1</b>	<b>Uji Validitas</b> .....	52
<b>3.6.2</b>	<b>Uji Reliabilitas</b> .....	53
3.7	Teknik Analisis Data.....	55
<b>3.7.1</b>	<b>Teknik Analisis Deskriptif</b> .....	55
<b>3.7.2</b>	<b>Uji Asumsi Klasik</b> .....	56
<b>3.7.3</b>	<b>Koefisien Determinasi</b> .....	57
<b>3.7.4</b>	<b>Analisis Korelasi</b> .....	57
<b>3.7.5</b>	<b>Model Regresi Linier Berganda</b> .....	57
<b>3.7.6</b>	<b>Uji Hipotesis</b> .....	58
<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN</b> .....	<b>60</b>
4.1.	Karakteristik Responden .....	60
4.2.	Hasil Penelitian .....	64
<b>4.2.1.</b>	<b>Analisis Deskriptif</b> .....	65
<b>4.2.2.</b>	<b>Uji Asumsi Klasik</b> .....	73
<b>4.2.3.</b>	<b>Analisis Regresi Linear Berganda</b> .....	77
<b>4.2.4.</b>	<b>Koefisien Determinasi</b> .....	79
<b>4.2.5.</b>	<b>Uji Hipotesis</b> .....	79
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	83
<b>4.3.1</b>	<b>Pengaruh Online Customer Review dan Rating (e-WOM Quality)</b> .....	83
<b>4.3.2</b>	<b>Pengaruh Online Customer Review dan Rating (e-WOM Quantity)</b> .....	84
<b>4.3.3</b>	<b>Pengaruh Online Customer Review dan Rating (Sender’s Expertise)</b> .....	84
<b>4.3.4</b>	<b>Pengaruh Keputusan Pembelian</b> .....	85
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>86</b>
5.1	Kesimpulan .....	86
5.2	Saran .....	86
<b>5.2.1</b>	<b>Aspek Teoritis</b> .....	86
<b>5.2.2</b>	<b>Aspek Praktis</b> .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>90</b>

Lampiran 1 .....	90
Lampiran 2 .....	94
Lampiran 3 .....	94
Lampiran 4 .....	95
Lampiran 5 .....	95
Lampiran 6 .....	96
Lampiran 7 .....	96
Lampiran 8 .....	96
Lampiran 9 .....	97