

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.2 Logo Perusahaan	2
1.2.1 Visi dan Misi	2
1.3 Latar Belakang	2
1.4 Perumusan Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	15
1.6 Kegunaan Penelitian.....	16
1.6.1 Kegunaan Teoritis	16
1.6.2 Kegunaan Praktis.....	16
1.7 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	19
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	21
2.1.4 Proses Pembentukan Perilaku Konsumen.....	21
2.1.5 Pengertian <i>E-Commerce</i>	22
2.1.6 <i>E-Service Quality</i>	23
2.1.6.1 Dimensi <i>E-Service Quality</i>	24
2.1.7 Religiusitas.....	24
2.1.7.1 Dimensi Religiusitas.....	25
2.1.8 <i>Online Consumer Review</i>	26

2.1.8.1	Definisi <i>Online Consumer Review</i>	26
2.1.8.2	Syarat <i>Online Consumer Review</i>	27
2.1.8.3	Dimensi <i>Online Consumer Review</i>	28
2.1.9	Proses Keputusan Pembelian	28
2.2	Pengaruh Antar Variabel	31
2.2.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Proses Keputusan Pembelian ...	31
2.2.2	Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian	32
2.2.3	Pengaruh <i>Online Consumer Review</i> terhadap Proses Keputusan Pembelian	32
2.3	Penelitian Terdahulu.....	33
2.4	Kerangka Pemikiran	39
2.5	Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		44
3.1	Jenis Penelitian	44
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	44
3.2.1	Operasional Variabel	44
3.2.2	Skala Pengukuran.....	56
3.3	Tahapan Penelitian.....	56
3.3.1	Populasi.....	56
3.3.2	Sampel.....	57
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	59
3.5.1	Uji Validitas	59
3.5.2	Uji Reliabilitas	62
3.6	Teknik Analisis Data.....	64
3.6.1	Analisis Deskriptif	64
3.7	Analisis Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS)	66
3.7.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		74
4.1	Pengumpulan Data	74
4.2	Karakteristik Responden	74
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	77
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	78
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Berbelanja Belyanza Di Ecommerce Shopee Dalam Sebulan.....	79
4.3 Analisis Deskriptif.....	79
4.4 <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	103
4.4.1 Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	104
4.4.2 Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	109
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1 Kesimpulan.....	119
5.2 Saran	119
5.2.1 Saran Bagi Instansi	119
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	120
DAFTAR PUSTAKA	121