

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Rumusan Masalah	24
1.4 Tujuan Penelitian.....	25
1.5 Manfaat Penelitian.....	25
1.6 Sistematika Penulisan.....	26
BAB II	27
2.1 Teori.....	27
2.1.1 Pemasaran	27
2.1.2 Manajemen Pemasaran	28
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	29
2.1.4 Online Customer Review.....	29
2.1.4 Keputusan Pembelian	31

2.1.5 Kepercayaan Pelanggan.....	33
2.1.6 Hubungan antara <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.1.7 Hubungan antara <i>Online Customer Review</i> Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	34
2.1.8 Hubungan antara Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.1.9 Hubungan antara <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan.....	35
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Pemikiran	49
2.4 Hipotesis Penelitian.....	51
BAB III.....	53
3.1 Jenis Penelitian	53
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	54
3.2.1 Variabel Penelitian	54
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	54
3.3 Tahapan Penelitian.....	62
3.4 Populasi dan Sampel	62
3.4.1 Populasi.....	62
3.4.2 Sampel.....	63
3.5 Teknik Pengumpulan Data	64
3.5.1 Data Primer	64
3.5.2 Data Sekunder	65
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	65
3.6.1 Uji Validitas.....	66
3.6.2 Uji Reliabilitas	67
3.7 Teknik Analisis Data.....	67
3.7.1 Analisis Deskriptif	67
3.7.2 Analisis <i>Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i> (Analisis Verikatif)	70
3.7.3 Estimasi Model	70
3.7.4 Uji Kecocokan Model	72

BAB IV	75
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	75
4.1 Pengumpulan Data	75
4.2 Karakteristik Responden	75
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	76
4.2.3 Karakteristik Responden Pekerjaan	76
4.3 Hasil Penelitian.....	77
4.3.1 Analisis Deskriptif	77
4.3.2 Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square.....	82
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	90
4.4.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Kepercayaan Pelanggan	90
4.4.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian....	90
4.4.3 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian	91
4.4.4 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Pelanggan	91
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	94
5.2.1 Rekomendasi untuk Sociolla	94
5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya	95
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	99