

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	1
BAB I.....	2
PENDAHULUAN.....	2
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	13
1.5.2 Kegunaan Praktis	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 E-commerce	16
2.1.3 Bauran Promosi.....	16
2.1.4 Promosi Penjualan	17
2.1.5 Gratis Ongkos Kirim.....	18

2.1.4.1	Dimensi Gratis Ongkos Kirim.....	18
2.1.6	E-WOM (<i>Electronic Word of Mouth</i>).....	19
2.1.7	<i>Online Customer Review</i> (OCR).....	20
2.1.6.1	Dimensi Online Customer Review.....	20
2.1.8	Keputusan Pembelian	21
2.1.7.1	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	22
2.1.7.2	Dimensi Keputusan Pembelian	23
2.1.9	Hubungan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian	24
2.1.10	Hubungan <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian....	24
2.2	Penelitian Terdahulu.....	26
2.2.1	Ulasan Penelitian Skripsi	26
2.2.2	Ulasan Jurnal Nasional	30
2.2.3	Ulasan Jurnal Internasional.....	33
2.3	Kerangka Pemikiran	38
2.4	Hipotesis Penelitian.....	40
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	40
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41
3.1	Jenis Penelitian	41
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	41
3.2.1	Variabel Operasional	41
3.2.2	Skala Pengukuran.....	45
3.2.3	Tahapan Penelitian	46
3.3	Populasi dan Sampel	47
3.3.1	Populasi.....	47
3.3.2	Sampel	47
3.4	Teknik Pengumpulan Data	48

3.4.1 Data Primer	48
3.4.2 Data Sekunder	48
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.5.1 Uji Validitas	49
3.5.2 Uji Reliabilitas	50
3.6 <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI)	50
3.7 Uji Asumsi Klasik	51
3.8 Teknik Analisis Data	53
3.8.1 Analisis Deskriptif	53
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda	55
3.9 Pengujian Hipotesis	55
3.9.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji - F)	55
3.9.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	56
3.9.3 Koefisien Determinasi	57
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Pengumpulan Data	59
4.2 Karakteristik Responden	59
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Profesi	62
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	63
4.3 Hasil Penelitian	64
4.3.1 Analisis Deskriptif	65
4.3.2 Analisis Variabel Gratis Ongkos Kirim (X1)	65
4.3.3 Analisis Variabel <i>Online Customer Review</i>	70

4.3.4 Analisis Variabel Keputusan Pembelian	73
4.4 Analisis Data	77
4.4.1 Transformasi Data	77
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	77
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
4.5 Pengujian Hipotesis.....	82
4.5.1 Uji F.....	82
4.5.2 Uji T	84
4.6 Besarnya Pengaruh Secara Parsial	86
4.7 Koefisien Determinasi.....	87
4.8 Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian	88
BAB V.....	93
KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	94
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	100