

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi Misi Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Kegunaan Penelitian.....	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Pengertian Pemasaran.	17
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.3 Bauran Pemasaran	18
2.1.4 E-Commerce.....	18
2.1.5 Perilaku Konsumen	19
2.1.6 <i>Online Customer Review</i>	19
2.1.7 <i>Service Quality</i>	20
2.1.8 Pengukuran Kualitas Layanan.....	21
2.1.9 Keputusan Pembelian.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Hubungan Antar Variabel	33
2.4 Kerangka Pemikiran	34

2.5	Hipotesis Penelitian.....	36
2.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Jenis Penelitian.....	38
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	38
3.2.1	Operasional Variabel.....	38
3.2.2	Skala Pengukuran.....	41
3.3	Tahapan Penelitian.....	42
3.4	Populasi dan Sampel.....	43
3.4.1	Populasi.....	43
3.4.2	Sampel.....	43
3.5	Teknik Sampling.....	44
3.6	Pengumpulan Data.....	45
3.6.1	Sumber Data.....	45
3.6.2	Metode Pengumpulan Data.....	46
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.7.1	Uji Validitas.....	47
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	48
3.8	Teknik Analisis Data.....	49
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	50
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.8.3	Analisis Linear Berganda.....	53
3.8.4	Uji Hipotesis.....	53
3.8.5	Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		56
4.2	Hasil Analisis Karakteristik Responden.....	56
4.1.1	Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	56
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	58
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	59
4.2	Hasil Analisa Deskriptif.....	60
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	60
4.3.1	Hasil Uji Normalitas.....	69

4.3.2 Uji Multikolinearitas	71
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	72
4.4 Uji Regresi Linier Berganda.....	73
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	74
4.5.1 Hasil Uji t (Parsial).....	74
4.5.2 Hasil Uji f (Simultan).....	76
4.5.3 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	77
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	77
4.6.1 Karakteristik Responden.	78
4.6.2 Analisis Deskriptif.....	79
4.6.3 Dampak <i>Customer review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	80
4.6.4 Dampak <i>Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	802
4.6.3 Dampak <i>Customer Review</i> dan <i>Service Quality</i>	802
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	84
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	90