

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS.....	ii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Tugas Akhir.....	12
1.4 Manfaat Tugas Akhir.....	13
1.5 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir.....	14
1.6 Sistematika Laporan.....	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 Literatur.....	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.2 Perilaku Konsumen	18
2.1.3 <i>Purchase Decision</i>	19
2.1.4 <i>Rating</i>	21
2.1.5 <i>Review</i>	22
2.1.6 <i>E-Trust</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Pemilihan Metode / Kerangka Kerja.....	31
2.4 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENYELESAIAN MASALAH	34
3.1 Sistematika Penyelesaian Masalah.....	34
3.2 Operasionalisasi Variabel	35
3.3 Skala Pengukuran.....	41

3.4	Tahapan Penelitian	42
3.5	Populasi.....	44
3.6	Sampel.....	45
3.7	Pengumpulan Data dan Sumber	45
3.8	Uji Validitas.....	46
3.9	Uji Reliabilitas	48
3.10	Teknik Analisis Data	50
3.1.1	Analisis Deskriptif	51
3.1.2	Analisis Verifikatif	53
3.1.3	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	54
3.1.4	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	55
3.1.5	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	56
3.1.6	Pengukuran <i>Structural Model (Inner Model)</i>	56
3.1.7	Uji Hipotesis	58
BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS HASIL		61
4.1	Pengumpulan Data	61
4.1.1	Karakteristik Responden	62
4.2	Pengolahan Data.....	64
4.2.1	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	64
4.2.2	Analisis SEM-PLS	84
4.3	Verifikasi Hasil.....	84
4.4	Validasi.....	95
4.5	Analisis Penyelesaian Masalah	102
4.6	Analisis Implementasi.....	106
4.7	Implikasi Tugas Akhir	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		109
5.1	Kesimpulan	109
5.2	Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....		111
LAMPIRAN.....		116