

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIYAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN TEORETIS.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	11
2.3 E-Commerce	11
2.4 Shopee.....	13
2.5 Electronic Word Of Mouth.....	14
2.5.1 Indikator Electronic Word Of Mouth.....	14
2.6 Online Customer Review	15
2.6.1 Indikator Online Customer Review	15
2.7 Perilaku Konsumen	17
2.8 Keputusan Pembelian Konsumen.....	17
2.8.1 Indikator Keputusan Pembelian Konsumen	18
2.9 Kerangka Pemikiran	19
2.10 Hipotesis	20

BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Pardigma Penelitian.....	21
3.2 Metodologi Penelitian.....	21
3.3 Jenis Penelitian.....	22
3.4 Populasi dan Sampel.....	23
3.4.1 Populasi	23
3.4.2 Sampel.....	23
3.5 Teknik Sampling	24
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.6.1 Jenis Data.....	25
3.6.2 Sumber Data	25
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.8 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	26
3.8.1 Definisi Operasional Variabel	26
3.8.2 Skala Pengukuran.....	28
3.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	30
3.9.1 Uji Validitas.....	30
3.9.2 Uji Reliabilitas	32
3.10 Teknik Analisis Data	33
3.11 Uji Asumsi Klasik	34
3.11.1 Uji Normalitas.....	34
3.11.2 Uji Heteroskedastisitas	34
3.12 Analisa Regresi Linear Sederhana	35
3.13 Uji Hipotesis.....	35
3.13.1 Uji T (Parsial)	35
3.13.2 Uji F (Simultan)	36
3.13.3 Uji R ² (Koefisien Determinasi)	36
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	38
4.1 Subjek Penelitian.....	38
4.1.1 Profil E-Commerce Shopee	38
4.1.2 Visi Dan Misi Shopee	38
4.1.3 Logo Shopee	39
4.2 Analisis Data Statistik.....	39

4.2.1 Data Responden	39
4.2.2 Hasil Analisis Variabel X (Online Customer Review)	42
4.2.3 Hasil Analisis Variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen)	47
4.3 Hasil Nilai Mean	53
4.3.1 Hasil Nilai Mean <i>Online Customer Review</i> (X)	53
4.3.2 Hasil Nilai Mean Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	55
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	56
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	56
4.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	57
4.6 Hasil Uji Hipotesis	58
4.6.1 Uji T (Parsial)	58
4.6.2 Uji F (Simultan)	59
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	61
5.2 Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui <i>E-Commerce</i> Shopee.....	61
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	64
6.1 Kesimpulan	64
6.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69
Hasil Jawaban Responden Variabel (X).....	69
Hasil Jawaban Responden Variabel (Y).....	71