

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
RIWAYAT HIDUP	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II	11

TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Digital Marketing dan Perilaku Konsumen	11
2.1.2 <i>Online Customer Review</i>	12
2.1.3 <i>E-Trust</i>	13
2.1.4 Keputusan Pembelian Online	15
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.4 Hipotesis	21
BAB III	24
METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Sumber Data	24
3.3 Metode Pengumpulan Data	25
3.4 Populasi Dan Sampel	26
3.4.1 Populasi	26
3.4.2 Sampel	26
3.5.1 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel	28
3.5.2 Variabel	28
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	29
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian	30
3.6.1 Pengujian Validitas	30
3.6.2 Uji Reliabilitas	30
3.7 Uji Asumsi Klasik	31
3.7.1 Uji Normalitas	31
3.7.2 Uji Homogenitas	31

3.7.3	Uji Linearitas.....	32
3.7.4	Uji Multikoleniaritas	32
3.7.5	Uji Heterokedastisitas	33
3.7.6	Uji Auto Korelasi	33
3.8	Teknik Atau Alat Analisis Data	34
3.8.1	Regresi Linear Berganda.....	34
3.9	Pengujian Hipotesis	35
3.9.1	Uji Parsial (Uji-t).....	35
3.9.2	Uji Simultan (Uji- f).....	36
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Deskripsi Data.....	37
4.1.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	37
4.1.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	39
4.2	Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen Penelitian.....	46
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	46
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	47
4.3	Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	49
4.3.1	Hasil Uji Normalitas	49
4.3.2	Hasil Uji Homogenitas.....	49
4.3.3	Hasil Uji Linieritas	50
4.3.4	Hasil Uji Multikoleniaritas.....	51
4.3.5	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	52
4.3.6	Hasil Uji Auto Kolerasi.....	52
4.4	Hasil Analisis Data.....	53
4.4.1	Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	53

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	56
4.5.1 Uji Parsial atau Uji t.....	56
4.5.2 Uji Simultan (Uji-f).....	57
4.5.3 Koefisiensi Determinasi	58
4.6 Pembahasan.....	58
4.6.1 Pengaruh Ulasan Online Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online 58	
4.6.2 Pengaruh E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Online	59
4.6.3 Pengaruh Online Customer Review dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian Online	60
BAB V.....	62
SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran.....	62
5.2.1 Saran Bagi Penjual dan Marketplace Shopee	62
5.2.2 Bagi Konsumen.....	63
5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	68