

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.2 Potongan Harga	10
2.3 <i>Online Customer Rating</i>	11
2.4 Penelitian Terdahulu	12
2.5 Kerangka Pemikiran.....	15
2.6 Sub Struktural Riset.....	16
2.7 Pengembangan Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Desain Penelitian.....	18
3.2 Sumber Data	18
3.3 Metode Pengumpulan Data	18
3.4 Populasi dan Sampel	19

3.4.1 Populasi.....	19
3.4.2 Sampel.....	19
3.5 Variabel Penelitian	19
3.6 Definisi Operasional.....	19
3.7 Metode Analisis Data	21
3.7.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	22
3.7.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	22
3.7.3 Pengujian Hipotesis.....	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Deskripsi Data	24
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	24
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden	27
4.2 Analisis Data	36
4.2.1 Menilai <i>Outer Model Measurement Model</i>	38
4.2.2 Mengevaluasi <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	40
4.2.3 Mengevaluasi <i>Composite Reliability</i>	41
4.2.4 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	42
4.2.5 Nilai R-square.....	42
4.2.6 Pengujian Hipotesis	43
4.2.7 Pengujian Hipotesis 1	44
4.2.8 Pengujian Hipotesis 2	44
4.3 Pembahasan.....	45
4.3.1 Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
4.3.1 Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> Terhadap Keputusan Pembelian	46
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Simpulan.....	47
5.2 Saran.....	47
5.3.1 Saran Bagi Perusahaan	45
5.3.1 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	46
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Prasurevei.....	4
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Penentuan Skor.....	18
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	19
Tabel 4.1	24
Hasil Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	24
Tabel 4.2.....	25
Hasil Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Provinsi Domisili	25
Tabel 4.3.....	26
Hasil Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 4.4.....	26
Hasil Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	26
Tabel 4.5.....	27
Hasil Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan.....	27
Tabel 4.6.....	28
Hasil Uji Frekuensi Potongan Harga.....	28
Tabel 4.7.....	30
Hasil Uji Frekuensi <i>Online Customer Rating</i>	30
Tabel 4.8.....	34
Hasil Uji Frekuensi Keputusan Pembelian.....	34
Tabel 4.9 <i>Outer Loadings</i> Potongan Harga.....	38
Tabel 4.10 <i>Outer Loadings Online Customer Rating</i>	39
Tabel 4.11 <i>Outer Loadings</i> Keputusan Pembelian.....	40
Tabel 4.12 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	40
Tabel 4.13 <i>Composite Reliability</i>	41
Tabel 4.14 Nilai R-square	43
Tabel 4.15 <i>Path Coefficients</i>	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>Full Model Structural PLS Model Awal</i>	41
Gambar 4.2 <i>Full Model Structural PLS Model Modifikasi</i>	41
Gambar 4.3 Hasil <i>Boostraping Model Modifikasi</i>	47