

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN MUUNAQOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Penulisan Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Deskripsi Teori	14
1. <i>Theory of Customer Behavior</i>	14
2. Price Perception (Persepsi Harga)	16
3. Price Perception	17
4. Online Customer Review	19
5. <i>Online Customer Rating</i>	26
6. <i>Buying Decision</i> (Keputusan Pembelian).....	28
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Berfikir	36
D. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis dan Pendekatan	41
B. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi.....	41
2. Sampel	41
C. Identifikasi Variabel.....	42
D. Variabel Operasional.....	43
E. Tehnik Pengumpulan Data.....	45
F. Tehnik Analisis Data.....	46

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	46
2. Uji Asumsi Klasik	48
3. Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian (Profil Shopee)....	53
B. Deskripsi Karakteristik Responden	54
1. Fakultas Responden	55
2. Jenis Kelamin Responden	55
3. Usia Responden	56
4. Frekuensi Belanja di Shopee	56
C. Deskripsi Data Penelitian	57
1. Variabel Price Perception (X1)	57
2. Variabel Online Customer Review (X2)	59
3. Variabel Online Customer Rating (X3).....	61
4. Variabel Buying Decision (Y).....	63
D. Analisis Data.....	65
1. Uji Instrumen	65
2. Uji Asumsi Klasik	69
3. Uji Hipotesis	74
E. Pembahasan	81
1. Pengaruh Price Perception terhadap Buying Decision	81
2. Pengaruh Online Customer Review terhadap Buying Decision.....	82
3. Pengaruh Online Customer Rating terhadap Buying Decision.....	83
4. Pengaruh <i>Price Perception, Online Customer Review</i> dan <i>Online Customer Rating</i> terhadap <i>Buying Decision</i>	85
BAB V PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran	88
C. Keterbatasan Penelitian.....	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Dimensi Price Perception.....	17
Gambar 2. 2 Proses Terjadinya Keputusan Pembelian	29
Gambar 2. 3 Kerangka Berfikir	37
Gambar 4. 1 Logo Shopee	53
Gambar 4. 2 Hasil uji Normalitas Histogram	70
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas <i>Probability Plot</i>	70
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	73



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 3. 2	Skala Likert.....	46
Tabel 4. 1	Fakultas Responden	55
Tabel 4. 2	Jenis Kelamin Responden	55
Tabel 4. 3	Usia Responden	56
Tabel 4. 4	Frekuensi Belanja di Shopee	56
Tabel 4. 5	Deskripsi jawaban Variabel <i>Price Perception</i>	57
Tabel 4. 6	Deskripsi jawabn Variabel <i>Online Customer Review</i>	59
Tabel 4. 7	Deskripsi Jawaban Variabel <i>Online Customer Rating</i>	61
Tabel 4. 8	Deskripsi Jawaban Variabel <i>Buying Decision</i>	63
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Price Perception</i>	66
Tabel 4. 10	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Online Customer Review</i>	66
Tabel 4. 11	Hasil uji Validitas Variabel <i>Online Customer Rating</i>	67
Tabel 4. 12	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Buying Decision</i>	67
Tabel 4. 13	Hasil Uji Reabilitas	68
Tabel 4. 14	Hasil Uji Normalitas	69
Tabel 4. 15	Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4. 16	Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4. 17	Hasil Uji Autokorelasi	74
Tabel 4. 18	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4. 19	Hasil Uji Koefesien Determinasi.....	76
Tabel 4. 20	Hasil Uji Statistik F.....	78
Tabel 4. 21	Hasil Uji T Parsial.....	79