

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN BIMBINGAN SKRIPSI..... | ii |
| PENGESAHAN MUNAQOSAH..... | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv |
| ABSTRAK | v |
| MOTTO | vi |
| PERSEMBAHAN | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| | |
| BAB I : PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 10 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 10 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 11 |
| E. Sistematika Penulisan..... | 11 |
| | |
| BAB II : LANDASAN TEORI | |
| A. Deskripsi Teori | 13 |
| 1. Bisnis e-commerce | 13 |
| a. Pengertian e-commerce | 13 |
| b. Model e-commerce..... | 15 |
| 1. Business-to-Business (B2B)..... | 15 |
| 2. Business-to-Consumer (B2C) | 16 |
| 3. Business-to-Government (B2G)..... | 16 |
| 4. Consumer-to-Consumer (C2C) | 17 |
| 5. Mobile Commerce (m-commerce)..... | 17 |
| 2. Keputusan Pembelian | 18 |
| a. Pengertian keputusan pembelian | 18 |
| b. Proses keputusan pembelian..... | 21 |
| c. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian | 23 |
| d. Indikator dari keputusan pembelian | 25 |
| 3. Online Customer Review | 26 |
| a. Pengertian review..... | 26 |
| b. Tujuan dan variabel online customer review | 26 |

| | |
|--|----|
| c. Pengertian online customer review | 27 |
| d. Indikator online customer review | 29 |
| 4. Online Customer Rating | 31 |
| a. Pengertian rating | 31 |
| b. Indikator dari online customer rating | 33 |
| 5. Tagline Gratis Ongkir | 34 |
| a. Pengertian tagline | 34 |
| b. Tujuan tagline | 36 |
| c. Gratis Ongkir | 36 |
| d. Indikator dari tagline | 38 |
| 6. Marketplace | 39 |
| a. Pengertian marketplace | 39 |
| 7. Shopee | 42 |
| B. Penelitian Terdahulu | 43 |
| C. Kerangka Berfikir | 46 |
| D. Hipotesis | 47 |
| BAB III : METODE PENELITIAN | |
| A. Jenis dan pendekatan penelitian | 51 |
| B. Setting penelitian | 52 |
| C. Populasi dan sampel | 52 |
| D. Identifikasi variabel | 53 |
| E. Variabel operasional | 54 |
| F. Teknik pengumpulan data | 56 |
| G. Teknik analisis data | 58 |
| 1. Uji Validitas dan Reliabilitas | 58 |
| 2. Uji Asumsi Klasik | 59 |
| 1. Uji Multikolinearitas | 59 |
| 2. Uji Autokorelasi | 60 |
| 3. Uji Heteroskedastisitas | 61 |
| 4. Uji Normalitas | 61 |
| 3. Analisis Regresi Linier Berganda | 62 |
| a. Uji Parsial (Uji T) | 62 |
| b. Uji Simultan (Uji F) | 63 |
| c. Koefisien Determinasi (R^2) | 63 |
| BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| A. Hasil Penelitian | 64 |
| 1. Gambaran obyek penelitian | 64 |

| | |
|--|-----|
| 2. Gambaran umum responden..... | 65 |
| 3. Deskripsi data penelitian | 69 |
| 4. Analisis Data | 77 |
| a. Uji Validitas | 77 |
| b. Uji Reliabilitas | 79 |
| c. Uji Asumsi Klasik..... | 80 |
| 1) Uji Multikolinearitas | 80 |
| 2) Uji Autokorelasi..... | 81 |
| 3) Uji Heteroskedastisitas..... | 82 |
| 4) Uji Normalitas..... | 83 |
| d. Uji Hipotesis..... | 85 |
| 1) Analisis Regresi Linear Berganda..... | 85 |
| 2) Analisis Uji Parsial (Uji T) | 88 |
| 3) Analisis Uji Simultan (Uji F) | 90 |
| 4) Analisis Koefisien Determinasi (R^2)..... | 90 |
| B. Pembahasan | 91 |
| BAB V : PENUTUP | |
| A. Kesimpulan | 98 |
| B. Saran-saran..... | 100 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Jumlah pengunjung situs Shopee per-kuartal..... | 8 |
| Tabel 2.1 Bisnis e-commerce di Indonesia | 40 |
| Tabel 2.2 Penelitian terdahulu | 43 |
| Tabel 3.1 Definisi operasional | 45 |
| Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin | 65 |
| Tabel 4.2 Usia responden..... | 66 |
| Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan program studi pendidikan..... | 68 |
| Tabel 4.4 Hasil Jawaban Kuesioner Responden | 70 |
| Tabel 4.5 Deskripsi tanggapan responden variabel online customer review | 72 |
| Tabel 4.6 Deskripsi tanggapan responden variabel online customer rating..... | 74 |
| Tabel 4.7 Deskripsi tanggapan responden variabel tagline gratis ongkir | 75 |
| Tabel 4.8 Deskripsi tanggapan responden variabel keputusan pembelian | 76 |
| Tabel 4.9 Hasil uji validitas instrumen variabel online customer review..... | 78 |
| Tabel 4.10 Hasil uji reliabilitas instrumen keputusan pembelian | 79 |
| Tabel 4.11 Hasil uji multikolinearitas dengan koefisien..... | 80 |
| Tabel 4.12 Hasil analisis regresi berganda..... | 86 |
| Tabel 4.13 Hasil uji parsial (uji T)..... | 88 |
| Tabel 4.14 Hasil uji simultan (uji F)..... | 90 |
| Tabel 4.15 Hasil koefisien determinasi..... | 91 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Top Brand E-Commerce di Indonesia 2020..... | 7 |
| Gambar 2.1 Ilustrasi gambar proses keputusan pembelian..... | 21 |
| Gambar 2.2 Contoh penilaian produk online customer review | 28 |
| Gambar 2.3 Contoh online customer rating | 33 |
| Gambar 2.4 Kerangka berfikir | 47 |
| Gambar 4.1 Hasil uji heteroskedastisitas | 82 |
| Gambar 4.2 Hasil uji normalitas dengan histogram..... | 83 |
| Gambar 4.3 Hasil uji normalitas dengan normal probability plot..... | 84 |

