

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
1.5 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA).....	12
2.1.2 <i>E-Commerce</i> .....	13
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4 Harga .....	23
2.1.5 Ulasan Produk .....	26
2.1.6 Volume Penjualan .....	28
2.2 Penelitian Terdahulu .....	32
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	34
2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	34

2.3.2 Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.3 Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2.4 Kerangka Pemikiran.....	37
2.5 Hipotesis.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	40
3.1.1 Variabel Penelitian .....	40
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.2 Populasi dan Sampel .....	42
3.2.1 Populasi.....	42
3.2.2 Sampel.....	43
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Teknik Analisis Data.....	45
3.5.1 Uji Instrumen .....	46
3.5.2 Analisis SEM ( <i>Structural Equation Model</i> ) -PLS ( <i>Partial Least Square</i> )	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	53
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	53
4.1.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
4.1.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
4.1.5 Responden Berdasarkan Pembelian Produk Serum dalam Sebulan .....	56
4.1.6 Responden Berdasarkan Merek Produk Serum yang Disukai .....	56
4.1.7 Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Pribadi Per Bulan.....	57
4.2 Analisis Data .....	58
4.2.1 Uji Instrumen .....	58
4.2.2 Hasil Analisis .....	61
4.3 Pembahasan.....	69
4.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
4.3.2 Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
4.3.3 Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.....	71

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan .....	73
5.1.1 Hasil Penelitian .....	73
5.1.2 Hasil Uji Hipotesis .....	74
5.2 Implikasi Teoritis .....	75
5.3 Implikasi Manajerial .....	76
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	78
5.5 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>86</b>