

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| COVER | i |
| PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN..... | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| ABSTRAK (INDONESIA)..... | vi |
| ABSTRAK (INGGRIS) | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... | 11 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.3.2 Kegunaan Penelitian | 11 |
| 1.4 Sistematika Penulisan..... | 12 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA | 15 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 15 |
| 2.1.1 Perilaku Konsumen..... | 15 |
| 2.1.2 Keputusan Pembelian | 17 |
| 2.1.3 Kepercayaan..... | 20 |
| 2.1.4 Ulasan Online | 24 |
| 2.1.5 Informasi Produk | 26 |
| 2.1.6 Merek..... | 29 |
| 2.2 Hubungan Antar Variabel | 30 |
| 2.2.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian | 31 |
| 2.2.2 Pengaruh Ulasan Online Terhadap Keputusan Pembelian | 31 |
| 2.2.3 Pengaruh Informasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian | 32 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 33 |
| 2.4 Hipotesis..... | 35 |

| | |
|--|----|
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 37 |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel | 37 |
| 3.1.1 Variabel Penelitian..... | 37 |
| 3.1.2 Definisi Operasional Variabel | 37 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 39 |
| 3.2.1 Populasi..... | 39 |
| 3.2.2 Sampel | 40 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 41 |
| 3.3.1 Jenis Data..... | 41 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 42 |
| 3.4.1 Studi Pustaka..... | 42 |
| 3.4.2 Kuesioner | 42 |
| 3.5 Metode Analisis Data | 42 |
| 3.5.1 Uji Validitas..... | 43 |
| 3.5.2 Uji Reliabilitas | 43 |
| 3.5.3 Uji Asumsi Klasik..... | 44 |
| 3.5.4 Uji Regresi Linier Berganda | 45 |
| 3.5.5 Uji Kelayakan Model..... | 46 |
| BAB IV HASIL DAN ANALISIS..... | 49 |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian..... | 49 |
| 4.2 Gambaran Umum Responden | 50 |
| 4.2.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden..... | 50 |
| 4.2.2 Deskripsi Usia Responden | 51 |
| 4.2.3 Deskripsi Pekerjaan Responden..... | 51 |
| 4.2.4 Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden..... | 52 |
| 4.3 Analisis Deskriptif..... | 53 |
| 4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepercayaan (X_1) | 54 |
| 4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Ulasan Online (X_2)..... | 55 |
| 4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Informasi Produk (X_3) .. | 56 |
| 4.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Merek (X_4) | 57 |
| 4.3.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y) | 58 |

| | | |
|----------------------|--|----|
| 4.4 | Uji Instrumen Data | 59 |
| 4.4.1 | Analisis Faktor | 59 |
| 4.4.2 | Analisis Faktor Variabel Kepercayaan | 60 |
| 4.7.1 | Koefisien Determinasi (R^2)..... | 73 |
| 4.7.2 | Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F) | 73 |
| 4.7.3 | Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t) | 74 |
| 4.8 | Interpretasi Hasil | 76 |
| 4.8.1 | Pengaruh Variabel Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian | 76 |
| 4.8.2 | Pengaruh Ulasan Online terhadap Keputusan Pembelian..... | 77 |
| 4.8.3 | Pengaruh Informasi Produk terhadap Keputusan Pembelian | 78 |
| 4.8.4 | Pengaruh Merek terhadap Keputusan Pembelian | 78 |
| BAB V PENUTUP | | 82 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 82 |
| 5.2 | Implikasi Teoritis..... | 83 |
| 5.3 | Implikasi Manajerial | 84 |
| 5.4 | Keterbatasan Penelitian | 85 |
| 5.5 | Saran untuk Penelitian Mendatang..... | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 87 |
| LAMPIRAN..... | | 89 |