

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORSINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
Abstract	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Marketplace.....	9
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.3 Online Costumer Review	19
2.1.4 Online Costumer Rating.....	23

2.2	Hubungan Antar Variabel	25
2.2.1	Pengaruh Online Costumer Review terhadap Keputusan Pembelian 25	
2.2.2	Pengaruh Online Costumer Rating terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3	Penelitian Terdahulu.....	28
2.4	Kerangka Pemikiran	29
2.5	Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	31
3.1.1	Variabel Penelitian	31
3.1.2	Defenisi Operasional.....	31
3.2	Populasi dan Sampel	33
3.2.1	Populasi.....	33
3.2.2	Sampel.....	34
3.3	Jenis Dan Sumber Data	35
3.3.1	Data Primer	35
3.3.2	Data Sekunder	36
3.4	Uji Instrumen Penelitian.....	36
3.5	Metode Analisis Data	37
3.5.1	Uji Statistik Deskriptif	37
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.3	Analisis Regresi Liner Berganda	41

3.5.4	Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Deskripsi Responden Penelitian	45
4.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	45
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	46
4.3	Analisis Data	48
4.3.1	Uji Instrumen	49
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	51
4.3.3	Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.3.4	Hasil Pengujian Hipotesis	57
4.4	Pembahasan	60
4.4.1	Pengaruh Online Costumer Review Terhadap Keputusan Pembelian 60	
4.4.2	Pengaruh Online Costumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian 62	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN		72