

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah .....	14
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	14
1.2.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	16
1.4.2 Manfaat Praktis.....	16
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS ....</b>	<b>18</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	18
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen .....	18
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	26
2.1.3 Kajian Variabel yang Diteliti ( <i>Applied Theory</i> ) .....	37
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	47
2.2 Kerangka Pemikiran.....	49
2.2.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	49
2.2.2 Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	50
2.2.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> dan <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	51
2.3 Hipotesis Penelitian.....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	55
3.2 Definisi dan Operasional Variabel.....	56
3.2.1 Definisi Variabel.....	56
3.2.2 Operasional Variabel .....	57
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	59

3.3.1	Populasi .....	60
3.3.2	Sampel.....	60
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	62
3.4.1	Sumber Data .....	62
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5	Teknik Analisis Data .....	64
3.5.1	Analisis Pengaruh Online Customer Review ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	64
3.5.2	Analisis Pengaruh Online Customer Rating ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	68
3.5.3	Analisis Pengaruh Online Customer Review ( $X_1$ ) dan Online Customer Rating ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	72
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian.....	76
3.6.1	Tempat Penelitian .....	76
3.6.2	Waktu Penelitian.....	77
4.1	Hasil Penelitian .....	78
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	78
4.1.2	Karakteristik Responden.....	87
4.1.3	Deskripsi Variabel yang Diteliti .....	90
4.1.4	Hasil Pengujian Hipotesis .....	139
4.2	Pembahasan.....	167
4.2.1	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian produk PVN Shoes di <i>Marketplace</i> Shopee .....	167
4.2.2	Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian produk PVN Shoes di <i>Marketplace</i> Shopee .....	170
4.2.3	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> dan <i>Online Customer Rating</i> terhadap Keputusan Pembelian produk PVN Shoes di <i>Marketplace</i> Shopee.....	171
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>174</b>
5.1	Simpulan .....	174
5.2	Saran.....	175
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>177</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>		<b>181</b>