

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Perilaku Konsumen.....	11
2.2.2 Keputusan Pembelian	15
2.2.3 <i>E-Trust</i>	18
2.2.4 <i>Online Consumer Review</i>	20
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	23
2.3.1 Hubungan <i>E-trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.2 Hubungan <i>Online Consumer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.4 Kerangka Konseptual.....	24
2.5 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26

3.1 Rancangan Penelitian.....	26
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian.....	26
3.3 Pengukuran Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	26
3.3.1 Pengukuran Variabel Penelitian	26
3.3.2 Definisi Operasional.....	27
3.4 Metode Pengukuran Data	29
3.5 Populasi dan Sampel.....	30
3.5.1 Populasi	30
3.5.2 Sampel	30
3.6 Jenis Data dan Sumber Data.....	32
3.6.1 Jenis Data.....	32
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data	32
3.7 Uji Instrumen.....	33
3.7.1 Uji Validitas.....	33
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.8 Uji Asumsi Klasik	36
3.8.1 Uji Normalitas	36
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas	37
3.8.3 Uji Multikolinearitas.....	38
3.8.4 Uji Autokorelasi	38
3.9 Teknik Analisis Data	39
3.9.1 Analisis Deskriptif.....	39
3.9.2 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.10 Pengujian Hipotesis	41
3.10.1 Uji t (Parsial).....	41
3.10.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Perusahaan Tokopedia	43
4.1.1 Sejarah dan Profil Usaha Tokopedia.....	43
4.1.2 Visi dan Misi Tokopedia.....	45
4.2 Analisis Data.....	46
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	46

4.2.2 Deskriptif Data Penelitian.....	48
4.3 Uji Asumsi Klasik	51
4.3.1 Uji Normalitas	51
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas	54
4.3.3 Uji Multikolinearitas.....	55
4.3.4 Uji Autokorelasi	56
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
4.5 Pengujian Hipotesis	58
4.5.1 Uji t (Parsial)	58
4.5.2 Koefisien Determinasi (R^2)	59
4.6 Pembahasan	60
4.6.1 Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.6.2 Pengaruh <i>Online Consumer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian .	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64