

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
LEMBAR PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vi
ABSTRAK	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah	8
1. Identifikasi Masalah	8
2. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II	11

A. Kajian Penelitian Terdahulu	11
B. Konsep dan Teori.....	18
1. Pengertian Manajemen	18
2. Pengertian Pemasaran.....	19
3. Pengertian Manajemen Pemasaran	20
4. Pengertian Service Quality	22
5. Pengertian Online Customer Review	23
6. Pengertian Keputusan Pembelian	23
C. Kerangka Berpikir.....	25
D. Hipotesis	27
BAB III.....	28
A. Metode dan Pendekatan.....	28
B. Jenis dan Sumber Data.....	29
1. Jenis Data.....	29
2. Sumber Data	31
C. Populasi dan Sampel.....	33
D. Operasional Variabel	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Teknik Analisis Data	41
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	41
2. Uji Instrumen.....	41
3. Moderated Regression Analysis (MRA)	44
4. Koefisien Determinasi	47

BAB IV	48
A. Objek Penelitian.....	48
1. Gambaran Umum PT Idea Solusi Indonesia	48
2. Visi dan Misi Perusahaan Erigo Indonesia.....	49
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	50
C. Analisis Data Penelitian.....	55
1. Analisis Deskriptif.....	55
2. Analisis Instrumen Data	69
3. Analisis Regresi.....	74
4. Uji Koefisien Determinasi.....	80
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
1. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian	83
2. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian....	84
3. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian yang Dimoderasi Oleh Variabel <i>Online Customer Review</i>	86
BAB V.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	12
Tabel 2. 2 Penelitian Sebelumnya	13
Tabel 2. 3 Penelitian Sebelumnya	17
Tabel 3. 1 Skala Likert	32
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian	38
Tabel 3. 3 Kriteria Reliabilitas	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	51
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	52
Tabel 4. 4 Analisa Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	56
Tabel 4. 5 Kriteria Penilaian Variabel.....	57
Tabel 4. 6 Frekuensi Data Variabel <i>Service Quality</i>	58
Tabel 4. 7 Frekuensi Data Variabel <i>Online Customer Review</i>	62
Tabel 4. 8 Frekuensi Data Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	70
Tabel 4. 10 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	73
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Service Quality</i> (X)	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Online Customer Review</i> (M)	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	74
Tabel 4. 14 Pengujian Variabel X Terhadap Y.....	75
Tabel 4. 15 Pengujian Variabel M Terhadap Y	76

Tabel 4. 16 Pengujian Variabel X Terhadap Y yang di Moderasi Oleh Variabel M	78
Tabel 4. 17 Interpretasi Nilai Koefisien Determinasi.....	80
Tabel 4. 18 Nilai Koefisien Determinasi Variabel X	80
Tabel 4. 19 Nilai Koefisien Determinasi Variabel M.....	81
Tabel 4. 20 Nilai Koefisien Determinasi Variabel X yang Dimoderasi M	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengunjung Bulanan Situs E-Commerce (Kuartal IV-2020)	2
Gambar 1. 2 Contoh Ulasan Konsumen Aplikasi Shopee.....	3
Gambar 1. 3 Contoh Ulasan Konsumen Aplikasi Tokopedia.....	4
Gambar 1. 4 Contoh Produk Erigo	5
Gambar 1. 5 Diagram Lingkaran Responden Yang Mengetahui Erigo.....	5
Gambar 1. 6 Diagram Lingkaran Responden Mengetahui Erigo	6
Gambar 1. 7 Diagram Lingkaran Intensitas Responden Melihat Produk Erigo	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 3. 1 Tabel Z.....	37
Gambar 4. 1 Grafik Lingkaran Responden yang Mengenal Produk Erigo	53
Gambar 4. 2 Grafik Lingkaran Responden yang Pernah Melakukan Pembelian Erigo.....	54
Gambar 4. 3 Grafik Lingkaran Media Responden Ketika Membeli Produk Erigo	55
Gambar 4. 4 Garis Kontinum Variabel Service Quality.....	61
Gambar 4. 5 Garis Kontinum Variabel Online Customer Review	65
Gambar 4. 6 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian.....	68
Gambar 4. 7 R tabel	70