

DAFTAR ISI

LEMBAR COVER/JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	15
C. Rumusan Masalah	16
D. Tujuan Penelitian	16
E. Manfaat Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	18
B. Konsep dan Teori	24
1. Manajemen	24
a. Pengertian Manajemen	24
b. Unsur - Unsur Manajmen	26
c. Fungsi-Fungsi Manajemen	28
2. Manajemen Pemasaran	29

a. Pengertian Pemasaran	29
b. Fungsi Manajemen Pemasaran	31
c. Tugas Manajmen Pemasaran	32
3. <i>Marketplace</i>	34
a. Pengertian Marketplace	34
4. <i>Rating</i>	37
a. Pengertian Rating.....	37
b. Dimensi Rating	38
5. <i>Online Customer Review</i>	41
a. Pengertian Online Costomer Review.....	41
b. Indikator Online Costomer Review	42
c. Dimensi Onlone Customer Review	43
6. Prilaku Konsumen	44
a. Pengertian Prilaku Konsumen	44
7. Keputusan Pembelian	46
a. Pengertian Keputusan Pembelian	46
b. Tahap – tahap Keputusan Pembelian.....	50
c. Pengenalan kebutuhan masalah	50
d. Pencarian informasi	51
e. Evaluasi alternatif	52
8. Perilaku Pasca Pembelian.....	53
C. Kerangka Berpikir.....	55
D. Hipotesis.....	55
a. Hubungan Rating pada Keputusan Pembelian.....	55
b. Hubungan Online Costomer Review pada Keputusan Pembelian	56
c. Hubungan Rating dan Online Costomer Review pada Keputusan Pembelian online	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	58

A. Metode dan Pendekatan	58
B. Jenis dan Sumber Data	59
1. Jenis Data.....	59
2. Sumber Data	59
C. Populasi dan Sampel	60
1. Populasi	60
2. Sampel	61
D. Operasionalisasi Variabel.....	63
E. Teknik Pengumpulan Data.....	65
1. Wawancara.....	65
2. Kuesioner	66
3. Tinjauan Literatur.....	66
F. Teknik Analisis Data.....	67
1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	67
a. Uji Validitas	67
b. Uji Realibilitas	67
2. Uji Variabel (Uji Asumsi Klasik).....	68
a. Uji Normalitas	68
b. Uji Multikolineritas	68
c. Uji Heteroskedastisitas	69
3. Statistik Deskriptif.....	69
4. Analisis Regresi Linear Berganda	69
5. Uji Hipotesis	70
a. Uji Parsial	70
b. Uji Simultan.....	71
6. Uji Koefisien Determinasi	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
A. Hasil Penelitian	74
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	74
a. Sejarah Berdirinya MS GLOW	74

B. Karakteristik Responden	74
1. Profil Responden	74
a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
b. Karakteristik Berdasarkan Usia	76
c. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	78
2. Analisis Deskriptif Penelitian.....	79
C. Analisis Data	89
1. Uji Instrumen Penelitian.....	89
a. Uji Validitas	89
b. Uji Realibilitas	90
2. Uji Variabel Penelitian (Uji Asumsi Klasik).....	91
a. Uji Normalitas	91
b. Uji Multikolinieritas	92
c. Uji Heteroskedastisitas	93
D. Analisis Interferensial	94
1. Uji Regresi Linear Berganda.....	94
2. Uji Hipotesis.....	95
a. Uji Parsial.....	96
b. Uji Simultan	98
3. Uji Koefisien Determinasi.....	100
E. Pembahasan.....	101
1. Pengaruh <i>Rating</i> Terhadap Keputusan Pembelian	101
2. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	103
3. Pengaruh <i>Rating</i> dan <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	105
BAB V PENUTUP.....	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran.....	108

DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN-LAMPIRAN	114



DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hlm
1.1	Tabel <i>E-Commerce</i>	6
1.2	Merek Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce marketplace Shopee	9
2.1	Kajian Penelitian Terdahulu	11
3.1	Definisi Operasional Variabel & Pengukuran.....	63
3.2	Keterangan dan Bobot Kuesioner	66
4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	74
4.2	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	76
4.3	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	78
4.4	Hasil Pengujian Statistik Deskriptif	79
4.5	Tanggapan Responden Mengenai Rating.....	81
4.6	Tanggapan Responden Mengenai Online Customer Review.....	84
4.7	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	87
4.8	Uji Validitas	89
4.9	Uji Reabilitas.....	91
4.10	Uji Normalitas	91
4.11	Uji Multikolinearitas	92
4.12	Uji Heteroskedastisitas	93
4.13	Uji Regresi Linear Berganda.....	94
4.14	Hasil Uji T.....	96
4.14	Hasil Uji F.....	99
4.15	Uji Koefisien Determinasi.....	100

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hlm
1.1	Minat <i>e-Commerce</i> berdasarkan Gender	4
2.1	Data Penjualan MS Glow.....	11
3.1	Data Penjualan MS Glow.....	11
4.1	Pengikut MS GLOW di shoppe	12
5.1	Pengikut MS GLOW di Instagram.....	12
2.1	Contoh Rating	40
2.2	Proses Keputusan Pembelian	50
2.3	Kerangka Berpikir	55

