

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN MENGENAI ORISINALITAS SKRIPSI, KESEDIAAN PUBLIKASI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Ulasan Pelanggan Online.....	13
2.1.2 Konten Pemasaran	14
2.1.3 Kepercayaan Pelanggan.....	15
2.1.4 Minat Beli Online	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	28
2.4 Hipotesis Penelitian Tentang Hubungan Antar Variabel	29
2.4.1 Pengaruh Ulasan Pelanggan Online terhadap Kepercayaan Pelanggan	29
2.4.2 Pengaruh Konten Pemasaran terhadap Kepercayaan Pelanggan 30	
2.4.3 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Minat Beli Online	30
2.4.4 Pengaruh Ulasan Pelanggan Online terhadap Minat Beli Online 31	
2.4.5 Pengaruh Konten Pemasaran terhadap Minat Beli Online	32

2.4.6 Pengaruh Ulasan Pelanggan Online Terhadap Minat Beli Online melalui Kepercayaan Pelanggan.....	33
2.4.7 Pengaruh Konten Pemasaran terhadap Minat Beli Online melalui Kepercayaan Pelanggan.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Objek Penelitian	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Definisi Operasional.....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	41
3.7 Analisis Data.....	42
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif	42
3.7.2 Uji Instrumen Data.....	43
3.7.2.1 Uji Validitas	43
3.7.2.2 Uji Reabilitas	44
3.7.3 Asumsi SEM	44
3.7.3.1 Uji Normalitas	44
3.7.3.2 Uji Measurement Model (Evaluasi Outlier).....	45
3.7.3.3 Uji Structural Model (Inner Model)	46
3.7.4 Analisis Kesesuaian Model (Goodness of Fit).....	47
3.7.4.1 Uji Modification Indices	49
3.8 Pengujian Hipotesis	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Hasil Analisis Data	52
4.1.1 Deskriptif Karakteristik Responden Penelitian.....	52
4.1.1.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	52
4.1.1.2 Karakteristik Responden Menurut Jenis Usia	53
4.1.1.3 Karakteristik Responden Menurut Status Pekerjaan	54
4.1.1.4 Karakteristik Responden Menurut Domisili.....	56
4.1.1.5 Karakteristik Responden Menurut Pendapatan	56
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel	57

4.1.2.1 Variabel Ulasan Pelanggan Online (X)	57
4.1.2.2 Variabel Konten Pemasaran	59
4.1.2.3 Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	61
4.1.2.4 Variabel Minat Beli Online	62
4.1.3 Hasil Uji Instrumen Data	63
4.1.3.1 Hasil Uji Validitas	63
4.1.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	72
4.1.4 Uji Asumsi SEM.....	72
4.1.4.1 Uji Normalitas.....	72
4.1.4.2 Evaluasi Outlier	74
4.1.5 Hasil Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	75
4.1.6 Pengujian Hipotesis	80
4.2 Pembahasan.....	83
4.2.1 Pengaruh Ulasan Pelanggan Online (X1) terhadap Kepercayaan Pelanggan (Z)	83
4.2.2 Pengaruh Konten Pemasaran (X2) terhadap Kepercayaan Pelanggan (Z)	84
4.2.3 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan (Z) terhadap Minat Beli Online (Y)	84
4.2.4 Pengaruh Ulasan Pelanggan Online (X1) terhadap Minat Beli Online (Y)	85
4.2.5 Pengaruh Konten Pemasaran (X2) terhadap Minat Beli Online (Y)	86
4.2.6 Pengaruh Ulasan Pelanggan Online (X1) terhadap Minat Beli Online (Y) melalui Kepercayaan Pelanggan (Z).....	87
4.2.7 Pengaruh Konten Pemasaran (X2) terhadap Minat Beli Online (Y) melalui Kepercayaan Pelanggan (Z).....	89
BAB V PENUTUP	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN.....	102