

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	15
1.3 Pembatasan Masalah .....	15
1.4 Rumusan Masalah .....	16
1.5 Tujuan Penelitian .....	16
1.6 Manfaat Penelitian .....	17
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>18</b>
2.1 Kerangka Teoritis.....	18
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	18
2.1.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	20
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	23
2.1.2 <i>Rating</i> .....	24
2.1.2.1 Pengertian <i>Rating</i> .....	24
2.1.2.2 Indikator <i>Rating</i> .....	26

2.1.3	<i>Online Customer Review</i> .....	27
2.1.3.1	Pengertian <i>Online Customer Review</i> .....	27
2.1.3.2	Indikator <i>Online Customer Review</i> .....	30
2.2	Penelitian Relevan.....	30
2.3	Kerangka Berpikir .....	33
2.4	Hipotesis Penelitian.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>36</b>
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
3.2	Populasi dan Sampel .....	36
3.2.1	Populasi.....	36
3.2.2	Sampel.....	37
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	38
3.3.1	Variabel Independen (X).....	39
3.3.2	Variabel Dependen (Y) .....	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1	Studi Kepustakaan.....	40
3.4.2	Observasi.....	41
3.4.3	Angket (Kuesioner).....	41
3.5	Uji Instrumen Penelitian .....	43
3.5.1	Uji Validitas .....	43
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	44
3.6	Teknik Analisis Data.....	45
3.6.1	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.6.1.1	Uji Normalitas .....	45
3.6.1.2	Uji Multikolinieritas .....	46

3.6.1.3	Uji Heteroskedastisitas .....	46
3.6.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
3.6.3	Uji Hipotesis .....	47
3.6.3.1	Uji Parsial (Uji t) .....	47
3.6.3.2	Uji Simultan (Uji F).....	48
3.6.3.3	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	48
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	49
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.1.1.1	Sejarah Singkat Lazada .....	49
4.1.1.2	Visi dan Misi Lazada.....	51
4.2	Identifikasi Responden.....	51
4.3	Uji Instrumen Penelitian .....	54
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	54
4.3.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Rating</i> (X1).....	55
4.3.1.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Online Customer Review</i> (X2).....	56
4.3.1.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) ..	58
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	59
4.4.1	Uji Normalitas.....	59
4.4.2	Uji Multikolinearitas .....	62
4.4.3	Uji Heterokedastisitas .....	63
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
4.6	Uji Hipotesis .....	66

4.6.1	Uji Parsial (Uji T).....	66
4.6.2	Uji Simultan (Uji F) .....	68
4.6.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	69
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian .....	70
4.7.1	Pengaruh <i>Rating</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Marketplace</i> Lazada (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan).....	71
4.7.2	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Marketplace</i> Lazada (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan).....	72
4.7.3	Pengaruh <i>Rating</i> dan <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Marketplace</i> Lazada (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan) .....	73
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>76</b>
5.1	Kesimpulan .....	76
5.2	Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>81</b>