

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LATAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. kegunaan Penelitian	9
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah	10
G. Penegasan Istilah.....	11
H. Sistematika Penulisan Skripsi.....	12

BAB II LANDASAN TEORI	19
A. Manajemen Perilaku Konsumen	19
1. Pengertian manajemen perilaku konsumen	19
2. Tujuan manajemen perilaku konsumen	19
3. Factor yang mempengaruhi perilaku konsumen	19
B. <i>Marketplace</i>	20
1. Pengertian <i>marketplace</i>	20
2. Jenis <i>marketplace</i>	21
C. Tokopedia	22
D. Persepsi Risiko	22
1. Pengertian persepsi risiko	22
2. Jenis-jenis perseps risiko	24
E. Kepercayaan	26
1. Pengertian kepercayaan	26
2. Faktor yang membentuk kepercayaan	27
3. Indikator kepercayaan	28
F. <i>Online Customer Review</i>	29
1. Pengertian OCR	29
2. Indokator OCR	30
G. Keputusan Pembelian	31
1. Pengertian Keputusan Pembelian	31

2. Faktor keputusan pembelian	32
3. Indikator keputusan pembelian	33
H. Penelitian Terdahulu	35
I. Kerangka Konseptual.....	42
J. Hubungan variabel bebas terhadap varaiabel terikat	43
K. Hipotesis Penelitian	44

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	45
1. Pendekatan	45
2. Jenis Penelitian.....	45
B. Populasi Sampling Dan Sampel.....	46
1. Populasi	46
2. Sampling.....	46
3. Sampel	47
C. Sumber Data, Variabel Dan Skala Pengukurannya	48
1. Sumber Data.....	48
2. Variabel.....	48
3. Skala Pengukuran.....	49
D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Data	50
1. Teknik Pengumpulan Data.....	50
2. Instrumen Penelitian	51

E. Teknik Analisis Data.....	55
1. Uji Asumsi Klasik	56
a. Normalitas	56
b. Multikolonieritas	56
c. Heterokedastisitas.....	56
2. Analisis Linier Berganda.....	57
3. Uji Hipotesis	58
a. Uji F.....	58
b. Uji T	59
c. Koefisien Determinan.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	61
A. Gambaran umum objek penelitian	61
B. Lokasi penelitian.....	61
C. Karakteristik responden.....	62
D. Deskripsi Variable	62
E. Analisis data.....	70
1. Validitas	70
2. Reabilitas.....	73
F. Uji Asumsi Klasik.....	74
1. Normalitas.....	74
2. Multikolinearitas	76

3. Heterokedastisitas	77
G. Analisis regresi liner berganda.....	78
H. Uji hipotesis	80
1. Uji F	80
2. Uji T	82
3. Koefisien Determinan	83
BAB V PEMBAHASAN	85
A. Pengaruh Persepsi Risiko (X1), Kepercayaan (X2) , dan <i>Online Customer Review</i> (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dalam belanja melalui <i>marketplace</i> Tokopedia	85
B. Pengaruh Persepsi Risiko (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dalam belanja melalui <i>marketplace</i> Tokopedia	89
C. Pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dalam belanja melalui <i>marketplace</i> Tokopedia	92
D. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dalam belanja melalui <i>marketplace</i> Tokopedia.....	95
BAB VI PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	104