

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LATAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah.....	10
G. Penegasan Istilah.....	10

H. Sistematika Penulisan Skripsi	15
----------------------------------------	----

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran.....	17
B. <i>Marketplace</i>	18
C. <i>Tokopedia</i>	19
D. Harga	20
E. Promosi	26
F. Online Customer Review	31
G. Keputusan Pembelian.....	33
H. Penelitian Terdahulu	36
I. Kerangka Berfikir.....	43
J. Hubungan Antara Variable Bebas (X) Dengan Variable Terikat (Y).....	44
K. Hipotesis Penelitian.....	46

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	48
B. Lokasi Penelitian.....	49
C. Populasi Dan Sampel	49
1. Populasi	49
2. Sampling.....	50
3. Sampel	50
D. Sumber Data Dan Skala Pengukurannya	52
E. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Data	53
F. Teknik Analisis Data.....	56

1. Uji Asumsi Klasik	56
a. Normalitas	57
b. Multikolonieritas	57
c. Heterokedastisitas.....	58
2. Analisis Linier Berganda	58
3. Uji Hipotesis	59
a. Uji T.....	59
b. Uji F.....	60
c. Koefisien Determinan.....	60

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran umum objek penelitian	61
B. Lokasi penelitian	62
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	75
3. Heterokedastisitas	77
4. Analisis regresi liner berganda.....	78

G. Uji hipotesis	82
1. Uji t.....	82
2. Uji f	83
3. Koefisien Determinan	84

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dalam belanja melalui <i>marketplace</i> Tokopedia.....	85
B. Pengaruh Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dalam belanja melalui <i>marketplace</i> Tokopedia.....	87
C. Pengaruh Online Customer Review (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dalam belanja melalui <i>marketplace</i> Tokopedia.....	88
D. Pengaruh Harga (X1), Promosi (X2) , dan Online Customer Review (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dalam belanja melalui <i>marketplace</i> Tokopedia.....	89

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA	93
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN