

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iv |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| INTISARI | ix |
| ABSTRAKSI | x |
| ABSTRACT | xi |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I : PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4. Mafaat Penelitian | 7 |
| BAB II : KAJIAN PUSTAKA | |
| 2.1. Landasan Teori | 9 |
| 2.1.1. Positif <i>Electronic Word of Mouth</i> | 9 |
| 2.1.2. <i>Customer Trust</i> | 11 |
| 2.1.3. Minat Beli | 14 |
| 2.1.4. Keputusan Pembelian <i>Online</i> | 16 |
| 2.1.5. Generasi Millennial | 19 |
| 2.2. Hubungan Antar Variabel | 23 |
| 2.2.1. Pengaruh Positif <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap <i>Customer Trust</i> | 23 |
| 2.2.2. Pengaruh Positif <i>Electronic Word of Mouth</i> | |

| | | |
|---------|--|----|
| | terhadap Minat Beli..... | 24 |
| 2.2.3. | Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap Minat Beli | 25 |
| 2.2.4. | Pengaruh Positif <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> | 26 |
| 2.2.5. | Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> | 27 |
| 2.2.6. | Pengaruh Minat Beli terhada Keputusan Pembelian <i>Online</i> | 28 |
| 2.3. | Kerangka Pemikiran..... | 28 |
| | | |
| BAB III | : METODE PENELITIAN | |
| 3.1. | Jenis Penelitian | 30 |
| 3.2. | Populasi dan Sampel | 30 |
| 3.3. | Metode Pengumpulan Data | 31 |
| 3.4. | Jenis dan Sumber Data | 32 |
| 3.5. | Definisi dan Pengukuran Variabel | 33 |
| 3.6. | Metode Analisis Data | 34 |
| 3.6.1. | Analisis Deskriptif Variabel..... | 34 |
| 3.6.2. | Uji Instrumen | 34 |
| 3.6.3. | Uji Asumsi Klasik | 35 |
| 3.6.4. | Pengujian Hipotesis | 37 |
| | | |
| BAB IV | : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 | Deskripsi Responden..... | 40 |
| 4.1.2 | Jenis Kelamin Responden | 40 |
| 4.1.3 | Umur Responden | 41 |
| 4.1.4 | Tingkat Pendidikan Responden | 41 |
| 4.2 | Deskripsi Variabel | 42 |
| 4.2.1 | Positif <i>Electronic Word of Mouth</i> | 43 |
| 4.2.2 | <i>Customer Trust</i> | 45 |
| 4.2.3 | Minat Beli | 47 |
| 4.2.4 | Keputusan Pembelian <i>Online</i> | 49 |
| 4.3 | Uji Instrumen..... | 51 |
| 4.3.1 | Uji Validitas | 51 |
| 4.3.2 | Uji Reabilitas..... | 52 |
| 4.4 | Uji Asumsi Klasik..... | 53 |
| 4.4.1 | Uji Normalitas..... | 53 |
| 4.4.2 | Uji Heteroskedastisitas | 54 |
| 4.4.3 | Uji Multikolineeritas | 55 |

| | | |
|-----------------|--|----|
| 4.5 | Pengujian Hipotesis..... | 56 |
| 4.5.1 | Uji Regresi Linear Berganda..... | 55 |
| 4.5.2 | Uji T..... | 58 |
| 4.5.3 | Uji F..... | 60 |
| 4.5.4 | Sobel Test..... | 60 |
| 4.6 | Pembahasan | 64 |
| BAB V : PENUTUP | | |
| 5.1. | Kesimpulan..... | 71 |
| 5.2. | Saran..... | 72 |
| 5.3. | Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|--|---------|
| 3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 33 |
| 4.1 Jenis Kelamin Responden..... | 40 |
| 4.2 Umur Responden..... | 41 |
| 4.3 Tingkat Pendidikan Responden | 42 |
| 4.4 Variabel Positif <i>Electronic Word Of Mouth</i> | 43 |
| 4.5 Variabel <i>Customer Trust</i> | 45 |
| 4.6 Variabel Minat Beli..... | 47 |
| 4.7 Variabel Keputusan Pembelian <i>Online</i> | 49 |
| 4.8 Hasil Uji Validitas..... | 51 |
| 4.9 Hasil Uji Reliabilitas..... | 52 |
| 4.10 Hasil Uji Normalitas | 53 |
| 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas | 54 |
| 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas | 55 |
| 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Uji T dan Uji F..... | 56 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Halaman |
|--|---------|
| 1.1 Sepuluh Negara Dengan Pertumbuhan <i>E-commerce</i> Tercepat | 2 |
| 2.1. Kerangka Pemikiran | 29 |
| 4.1. Uji Sobel | 61 |
| 4.2. Uji Sobel..... | 62 |

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Hasil Kuesioner
3. Frekuensi Tabel Hasil Kuesioner
4. Hasil Uji Validitas
5. Hasil Uji Reliabilitas
6. Hasil Uji Normalitas
7. Hasil Uji Heteroskedastisitas
8. Hasil Uji Multikolinieritas
9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
10. Identitas Responden
11. Tabel R