

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori .....	13
2.2.1. Manajemen Pemasaran .....	13
2.2.2. Pemasaran.....	14
2.2.3. Strategi Pemasaran .....	15
2.2.4. <i>Marketplace</i> .....	18
2.2.5. Teori Perilaku Konsumen.....	18
2.2.6. Pengertian Kualitas Informasi .....	19
2.2.7. Pengertian <i>Customer Review</i> .....	20
2.2.8. Pengertian <i>Customer Rating</i> .....	22
2.2.9. Keputusan Pembelian .....	22
2.2.10. Kepercayaan Pelanggan.....	28

2.2.11. Hubungan antara kualitas informasi, <i>customer review</i> dan <i>customer rating</i> dengan keputusan pembelian dimediasi kepercayaan pelanggan.....	28
2.3. Kerangka Berpikir .....	30
2.4. Hipotesis .....	32
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	33
3.2. Jenis Penelitian .....	33
3.2.1. Populasi .....	33
3.2.2. Sampel .....	34
3.2.3. Teknik Sampling .....	35
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	35
3.3.1. Sumber Data .....	35
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.4. Operasional Variabel .....	36
3.4.1. Variabel Bebas / Eksogen (X) .....	37
3.4.2. Variabel <i>intervening</i> / variabel mediasi (Z).....	38
3.4.3. Variabel Terikat / <i>Endogen</i> (Y).....	39
3.5. Metode Analisis Data .....	40
3.5.1. <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> .....	41
3.5.2. <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	41
3.5.3. Model Pengukuran ( <i>outer model</i> ).....	42
3.5.4. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	44
3.5.5. Uji Mediasi .....	45
3.5.6. Menentukan Keputusan Hipotesis.....	46
<b>BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	49
4.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	50
4.3 Struktur Organisasi .....	50
<b>BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Karakteristik Responden .....	52
5.2 Deskripsi Jawaban Responden .....	53
5.2.1 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Informasi.....	53
5.2.2 Tanggapan Responden Pada Variabel Customer Review	54

5.2.3	Tanggapan Responden Pada Variabel Customer Rating.	56
5.2.4	Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	57
5.2.5	Tanggapan Responden Pada Variabel Kepercayaan Pelanggan (Z)	58
5.3	Evaluasi Model	59
5.3.1	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> )	59
5.3.2	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> )	65
5.3.3	Uji Mediasi	66
5.4	Uji Hipotesis	68
5.5	Pembahasan	71
5.5.1	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan pembelian	72
5.5.2	Pengaruh Customer Review Terhadap Keputusan pembelian	72
5.5.3	Pengaruh Customer Rating Terhadap Keputusan pembelian	73
5.5.4	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepercayaan Pelanggan	74
5.5.5	Pengaruh Customer Review Terhadap Kepercayaan Pelanggan	74
5.5.6	Pengaruh Customer Rating Terhadap Kepercayaan Pelanggan	75
5.5.7	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian	75
<b>BAB VI</b>	<b>: KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>77</b>
6.1	Kesimpulan	77
6.2	Saran	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matrik Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i> Pada Pertanyaan Tertutup.....	36
Tabel 5. 1 Karakteristik responden berdasarkan usia .....	52
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Tabel 5. 3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	53
Tabel 5. 4 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Informasi (X1).....	53
Tabel 5. 5 Tanggapan Responden Variabel <i>Customer Review</i> (X2).....	55
Tabel 5. 6 Tanggapan Responden Variabel <i>Customer Rating</i> .....	56
Tabel 5. 7 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	57
Tabel 5. 8 Tanggapan Responden Pada Variabel Kepercayaan Pelanggan .....	59
Tabel 5. 9 Uji <i>Convergent Validity</i> .....	60
Tabel 5. 10 <i>Cross Loading</i> .....	62
Tabel 5. 11 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	64
Tabel 5. 12 Uji <i>R-square</i> .....	66
Tabel 5. 13 Uji <i>Path Coeficient</i> .....	67
Tabel 5. 14 <i>Specific Indirect Effect</i> .....	67
Tabel 5. 15 Uji Hipotesis .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	31
Gambar 3. 1 Analisis Jalur .....	44
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	49
Gambar 5. 1 Model Struktural .....	65

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 : Jadwal Penelitian Skripsi 2023

LAMPIRAN 2 : Lembar Kuesioner

LAMPIRAN 3 : Data Responden

LAMPIRAN 4 : Hasil Olah Data SmartPLS

LAMPIRAN 5 : Tabel Uji T

LAMPIRAN 6 : Berita Acara Bimbingan Skripsi