

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RINGKESAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5 Lokasi dan lamanya penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR	13
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	13
2.1.1 Administrasi	13
2.1.2 Bisnis	14
2.1.3 Administrasi Bisnis.....	15
2.1.4 Pemasaran	16
2.1.5 <i>Digital Marketing</i>	18
2.1.6 <i>Marketplace</i>	19
2.1.7 <i>Online Consumer Review</i>	21
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	24
2.2 Penelitian terdahulu	27
2.3 Kerangka pemikiran	32

2.4 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Metode Penelitian.....	35
3.1.1 Paradigma penelitian.....	35
3.1.2 Metode Penelitian	35
3.1.3 Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	36
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel.....	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4 Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1 Sejarah Singkat Toko Benings Reseller Kebumen.....	55
4.1.2 Karakteristik Responden	56
4.2 Pelaksanaan <i>Online Consumer review</i> dan Keputusan pembelian pada Toko Benings Reseller Kebumen Pada <i>Marketplace</i> Shopee.....	58
4.3 Pengaruh <i>Online Consumer Review</i> terhadap Keputusan pembelian produk pada Toko Benings Reseller Kebumen.....	104
4.3.1 Analisis Skor	104
4.3.2 Online Consumer Review	105
4.3.3 Keputusan Pembelian	107
4.3.4 Analisis Instrument Penelitian.....	110
4.4 Hambatan pada Toko Benings Reseller Kebumen.....	116
4.5 Upaya yang dilakukan oleh Toko Benings Reseller Kebumen.....	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1 Kesimpulan	119
5.2 Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN	125