

# DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>Motto</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Kegunaan Penelitian .....	13
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian.....	14
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	14
1.5.2 Lamanya Penelitian.....	14
<b>BAB II</b> .....	<b>16</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR</b> .....	<b>16</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	16
2.1.1 Administrasi .....	16
2.1.2 Administrasi Bisnis .....	17
2.1.3 Pengertian Pemasaran & <i>Digital Marketing</i> .....	17
2.1.4 <i>Marketplace</i> .....	19
2.1.5 <i>Online Customer Review</i> .....	19
2.1.6 Perilaku Konsumen.....	23
2.1.7 Keputusan Pembelian .....	26
2.2 Penelitian Terdahulu .....	30

2.3	Kerangka Pemikiran .....	33
2.4	Hipotesis .....	34
<b>BAB III.....</b>		<b>35</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>35</b>
3.1	Metode Penelitian .....	35
3.1.1	Paradigma Penelitian .....	35
3.1.2	Metode Penelitian Yang Digunakan.....	36
3.1.3	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi variabel .....	37
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.2.1	Data Primer .....	46
3.2.2	Pupulasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	46
3.2.3	Data Sekunder.....	49
3.3	Teknik Analisis Data.....	49
3.4	Uji Instrumen Penelitian .....	50
3.4.1	Uji Validitas .....	50
3.4.2	Uji Reliabilitas .....	52
3.5	Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	53
3.5.1	Analisis Deskriptif .....	54
3.5.2	Analisis Verifikatif .....	58
3.5.3	Uji Hipoteses.....	62
<b>BAB IV .....</b>		<b>65</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>65</b>
4.1	Gambaran Objek Penelitian .....	65
4.1.1	Gambaran Umum Mokress .....	65
4.1.2	Profil Perusahaan .....	66
4.1.3	Visi dan Misi.....	66
4.1.4	Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan .....	67
4.1.5	Gambaran Umum <i>Online Customer Review</i> pada Mokress .....	68
4.1.6	Gambaran Umum Keputusan Pembelian Konsumen Produk Mokress .....	69
4.1.7	Gambaran Umum Data Responden .....	70
4.2	Pelaksanaan <i>Online Customer Review</i> pada Mokress.....	71
4.2.1	Kondisi <i>online customer review</i> pada Mokress .....	71
4.2.2	Analisis Skor Variabel X.....	93
4.3	Pelaksanaan Keputusan Pembelian.....	95

4.3.1 Kondisi Keputusan Pembelian pada Mokress .....	95
4.3.2 Analisis Skor Variabel (Y) .....	116
4.4 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Mokress .....	119
4.4.1 Pengujian Instrumen Penelitian .....	119
4.4.2 Uji Hipotesis .....	126
4.4.3 Hasil Pembahasan .....	127
4.5 Hambatan dan Upaya Konsumen .....	128
4.5.1 Hambatan yang di Hadapi.....	128
4.5.2 Upaya yang dilakukan .....	129
<b>BAB V.....</b>	<b>130</b>
<b>KESIMPULAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>130</b>
5.1 Kesimpulan .....	130
5.2 Saran.....	133
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	133
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	133
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>135</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>137</b>