

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	i
MOTTO .....	i
KATA PENGANTAR .....	2
ABSTRAK .....	5
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR .....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
1.4.1 Manfaat Praktis .....	15
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	15
1.5 Kajian Pustaka.....	15
1.5.1 Kajian Teoritik.....	15
1.5.1.1. Perilaku Konsumen.....	15
1.5.1.1.1 <i>Customer review</i> .....	23
1.5.1.1.2 <i>Customer rating</i> .....	26
1.5.1.1.3 Minat beli .....	29
1.5.1.1.4 Keputusan pembelian .....	30
1.6 Pengaruh Antar Variabel .....	48
1.6.1. Pengaruh antara <i>customer review</i> terhadap minat beli.....	48
1.7 Kerangka Pemikiran .....	52
1.8 Hipotesis.....	54
1.9 Definisi Konsep dan Operasional.....	55
1.9.1 Definisi Konsep .....	55
1.9.2 Definisi Operasional .....	56
1.10 Metode Penelitian.....	62

1.10.1 Tipe Penelitian .....	62
1.10.2 Ruang lingkup penelitian .....	62
1.10.3 Lokasi Penelitian.....	63
1.10.4 Populasi dan sampel penelitian.....	63
1.10.4.1 Populasi Penelitian .....	63
1.10.4.2 Sampel Penelitian.....	63
1.10.5 Sumber Data .....	65
1.10.6 Teknik Pengumpulan Data.....	65
1.10.7 Teknik pengukuran data.....	66
1.10.8 Uji Instrumen Penelitian .....	66
1.10.9 Teknik Analisis Data .....	68
<b>BAB II.....</b>	<b>73</b>
<b>GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN .....</b>	<b>73</b>
2.1. Sejarah <i>Marketplace</i> Tokopedia.....	73
2.2. Visi Misi Organisasi Perusahaan.....	74
A. Visi Perusahaan.....	74
B. Misi Perusahaan .....	74
2.3. Daftar Kategori Produk Tokopedia .....	74
2.4. Customer Review Marketplace Tokopedia .....	75
2.5. Gambaran Customer Rating Marketplace Tokopedia .....	77
2.6. Gambaran Minat Beli pada <i>Marketplace</i> Tokopedia .....	78
<b>BAB III .....</b>	<b>81</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>81</b>
3.1. Hasil Uji Instrumen .....	81
3.1.1 Hasil Uji Validitas .....	82
3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	84
3.2. Analisis Data.....	85
3.2.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	85
3.2.1.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Review</i> .....	86
3.2.1.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Rating</i> .....	103
3.2.1.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli .....	111
3.2.1.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	118

3.2.2 Analisis Statistik Inferensial .....	125
3.2.2.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran) .....	125
2. Discriminant Validity .....	127
3. <i>Composive Reliability</i> .....	129
3.2.2.2. Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	130
3.2.3.3. Pengujian Hipotesis .....	132
3.3. Pembahasan .....	138
3.3.1. Pengaruh <i>Customer Review</i> (x1) terhadap Minat Beli (Z).....	138
3.3.3. Pengaruh <i>Customer Review</i> (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	140
3.3.4. Pengaruh <i>Customer Rating</i> (x2) terhadap Keputusan Pembelian (y) 141	
3.3.5. Pengaruh Minat Beli (z) terhadap Keputusan Pembelian (y). 142	
3.3.6. Pengaruh <i>Customer Review</i> (x1) terhadap Keputusan Pembelian (y) Melalui Minat Beli (z).....	143
3.3.7. Pengaruh <i>Customer Rating</i> (x2) terhadap Keputusan Pembelian (y) Melalui Minat Beli (z).....	143
BAB IV .....	147
PENUTUP .....	147
4.1 Kesimpulan.....	147
4.2 Saran .....	148

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel 1.2 Ringkasan Tinjauan Teoritik dan Empirik.....	52
Tabel 1.3 Variabel, Indikator, dan Item .....	58
Tabel 1.4 <i>Skala Likert</i> .....	66
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas <i>Customer Review</i> (X1).....	83
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	85
Tabel 3.6 Percaya pada fitur <i>review</i> yang disediakan <i>marketplace</i> Tokopedia .....	87
Tabel 3.7 Mempercayai <i>review</i> yang diberikan oleh konsumen Tokopedia sebelumnya.....	88
Tabel 3.8 <i>Review</i> konsumen <i>marketplace</i> Tokopedia memberikan informasi kelebihan dan kekurangan suatu produk.....	90
Tabel 3.9 <i>Review</i> konsumen <i>marketplace</i> Tokopedia membantu dalam menentukan pilihan pembelian .....	91
Tabel 3.10 <i>Review</i> konsumen <i>marketplace</i> Tokopedia memudahkan dalam menemukan informasi produk.....	93
Tabel 3.11 <i>Review</i> konsumen <i>marketplace</i> Tokopedia memberi gambaran lengkap mengenai produk secara keseluruhan.....	94
Tabel 3.12 <i>Review</i> positif mempengaruhi saya untuk menilai suatu produk.	96
Tabel 3.13 Mencari alternatif produk lain apabila terdapat <i>review</i> negatif ...	97
Tabel 3.14 Semakin banyak jumlah <i>review</i> positif, semakin baik reputasi produk .....	99
Tabel 3.15 Jumlah <i>review</i> menunjukkan kepopuleran dari produk.....	101
Tabel 3.16 Jumlah Rata-Rata tem Variabel <i>Customer Review</i> .....	102
Tabel 3.17 <i>Rating</i> yang diberikan konsumen <i>marketplace</i> Tokopedia memberikan saya informasi kualitas produk sebelum melakukan pembelian .....	104
Tabel 3.18 <i>Rating</i> yang diberikan konsumen <i>marketplace</i> Tokopedia memudahkan saya dalam membandingkan suatu produk.....	105
Tabel 3.19 Merasa senang saat melakukan pencarian informasi <i>rating</i> di <i>marketplace</i> Tokopedia.....	107
Tabel 3.20 <i>Rating</i> di <i>marketplace</i> Tokopedia mendorong saya untuk melakukan pembelian.....	109
Tabel 3.21 Jumlah Rata-Rata Item Variabel Kualitas Produk .....	110

Tabel 3.22 Tertarik untuk mencari informasi produk sebelum melakukan pembelian di <i>marketplace</i> Tokopedia .....	112
Tabel 3.23 Saya melakukan pertimbangan sebelum melakukan pembelian. ....	113
Tabel 3.24 Saya berkeinginan untuk mencoba produk sebelum melakukan pembelian .....	114
Tabel 3.26 Jumlah Rata-Rata Item Variabel Minat Beli.....	117
Tabel 3.27 Informasi produk dari <i>customer review</i> meyakinkan saya dalam melakukan pembelian suatu produk di <i>marketplace</i> Tokopedia.....	118
Tabel 3.28 Tingkat <i>rating</i> produk meyakinkan saya dalam melakukan pembelian suatu produk di <i>marketplace</i> Tokopedia .....	120
Tabel 3.29 Saya yakin untuk membeli suatu produk setelah mengetahui kualitas <i>merchant</i> melalui <i>customer rating</i> .....	121
Tabel 3.30 Saya yakin melakukan pembelian berdasarkan jumlah produk yang terjual pada suatu <i>merchant</i> .....	123
Tabel 3.31 Jumlah Rata-Rata Item Variabel Keputusan Pembelian .....	124
Tabel 3.33 Hasil Pengolahan Data <i>Cross Loading</i> .....	128
Tabel 3.34 Hasil Pengolahan <i>Composite Reliability</i> .....	129
Tabel 3.35 Koefisien Determinasi.....	130
Tabel 3.36 Hasil Pengujian Hipotesis .....	134

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pelaku Jual Beli <i>Online</i> Dunia .....	2
Gambar 1.2 Aktivitas Belanja Online .....	3
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Aktif <i>E-Commerce</i> Marketplace .....	4
Gambar 1.4 Penjualan per kuartal 2020-2021 Tokopedia .....	5
Gambar 1.5 Pengunjung Bulanan <i>Marketplace</i> .....	5
Gambar 1.6 Nilai Transaksi <i>E-Commerce</i> Setiap Jam.....	6
Gambar 1.7 Contoh <i>Review</i> pada Tokopedia.....	8
Gambar 1.6. Contoh Pemberian <i>Rating</i> Pada Tokopedia .....	10
Gambar 1.7 Fitur <i>Rating</i> dan <i>Review</i> Pada Tokopedia .....	12
Gambar 1.9 Model Penelitian Mawa dan Hadi (2021) .....	48
Gambar 1.10 Model Penelitian Kurniawan (2021).....	49
Gambar 1.11 Model Penelitian Julianti dan Aini (2019) .....	50
Gambar 1.12 Model Penelitian Sianipar dan Yoestini (2021) .....	50
Gambar 1.13 Model Penelitian Setiawan (2020) .....	51
Gambar 1.14 Kerangka Pemikiran.....	53
Gambar 1.15 Model Hipotesis .....	55
Gambar 1.15 Model Diagram Jalur.....	69
Gambar 1.16 Pra-survei Penelitian .....	72
Gambar 2.1 Kategori Produk Tokopedia .....	75
Gambar 2.2 Logo Tokopedia .....	75
Gambar 2.3 <i>Review</i> pada <i>Marketplace</i> Tokopedia .....	76
Gambar 2.4 <i>Review</i> pada <i>Marketplace</i> Tokopedia .....	77
Gambar 2.5 <i>Rating</i> pada <i>Marketplace</i> Tokopedia .....	78
Gambar 2.6 Keputusan Pembelian pada <i>Marketplace</i> Tokopedia .....	80
Gambar 3.1 Diagram Jalur disertai Nilai <i>Loading Factor</i> .....	126
Gambar 3.2 Model PLS <i>Bootstrapping</i> .....	133