

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Landasan Teori	14
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Hubungan antar Variabel dan Hipotesis	31
D. Kerangka Konseptual	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Rancangan Penelitian	37
B. Objek Penelitian	37
C. Waktu Penelitian	38
D. Populasi dan Sampel Penelitian	38
E. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	40

F. Klasifikasi Variabel Penelitian	40
G. Definisi Operasional Variabel Penelitian	41
H. Skala Pengukuran Variabel	43
I. Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Hasil Penelitian	52
B. Pembahasan Hipotesis	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	38
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 3.3 Skor Skala Likert	44
Tabel 3.4 Kategorisasi Variabel	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	54
Tabel 4.5 Kategorisasi Variabel	55
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Online Customer Review</i>	56
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap <i>Influencer Marketing</i>	58
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Trust</i>	59
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap <i>Purchase Decision</i>	60
Tabel 4.10 Hasil <i>Loading Factor</i> 110 Responden	62
Tabel 4.11 Hasil <i>Cross Loading</i> 110 Responden	65
Tabel 4.12 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) 110 Responden	68
Tabel 4.13 Hasil <i>Composite Reliability</i> 110 Responden	69
Tabel 4.14 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> 110 Responden	69
Tabel 4.15 Pelaporan Hasil <i>Inner Model</i>	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proyeksi Pertumbuhan <i>Marketplace</i> Tertinggi 2024	2
Gambar 1.2 <i>Fake Reviewers</i> melalui Pengguna <i>Twitter</i> @angewwie	4
Gambar 1.3 <i>Marketplace</i> dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia	6
Gambar 1.4 Pengalaman <i>Fake Review</i> oleh Pengguna <i>Tiktok</i> @titantyra	7
Gambar 1.5 Penyedia Jasa <i>Review</i> Produk	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas	54
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	55
Gambar 4.5 Hasil Olah PLS <i>Algorithm</i>	71
Gambar 4.6 Hasil Olah PLS <i>Bootstrapping</i>	72

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	97
LAMPIRAN 2 REKAPITULASI DATA 110 RESPONDEN	120
LAMPIRAN 3 HASIL UJI PLS	150