

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
INTISARI .....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4. Tujuan Penelitian .....	9
1.5. Manfaat Penulisan .....	10
1.5.1. Manfaat Akademik .....	10
1.5.2. Manfaat Praktis .....	10
1.6. Lingkup Penelitian .....	10
1.7. Sistematika Penelitian .....	11
BAB II .....	13
LANDASAN TEORI .....	13
2.1. Kerangka Kerja Stimulus-Organisme-Respon (S-O-R) .....	13
2.2. Kualitas Informasi yang Dipersepsikan dari Ulasan Daring .....	15
2.3. Kehadiran sosial yang dihasilkan dari ulasan daring .....	18
2.4. Kepercayaan .....	19
2.5. Kepuasan .....	20
2.6. Niat Pembelian .....	21
2.7. Kajian Penelitian Terdahulu .....	22
2.8. Pengembangan Hipotesis .....	32
2.8.1. Pengaruh Kualitas Informasi yang Dipersepsikan pada Kepercayaan dan Kepuasan .....	32

2.8.2. Pengaruh Kehadiran Sosial pada Kepercayaan dan Kepuasan .....	34
2.8.3. Pengaruh Kepercayaan pada Kepuasan dan Niat Membeli .....	36
2.8.4. Pengaruh Kepuasan pada Niat Membeli .....	37
2.8.5. Pengaruh Kualitas Informasi yang Dipersepsikan dan Kehadiran Sosial pada Niat Pembelian .....	38
2.9. Model Penelitian.....	39
BAB III .....	40
METODE PENELITIAN.....	40
3.1. Desain Penelitian .....	40
3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	40
3.3. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....	43
3.4. Populasi dan Sampel .....	44
3.5. Instrumen Penelitian.....	45
3.6. Pengujian Instrumen.....	46
3.6.1. Uji Validitas .....	46
3.6.2. Uji Reliabilitas .....	47
3.7. Metode Analisis Data .....	47
3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif .....	47
3.8. Pengujian Hipotesis.....	48
3.8.1. <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	48
BAB IV .....	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	50
4.1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	50
4.1.1. Uji Validitas .....	50
4.1.2. Uji Reliabilitas .....	53
4.2. Profil Responden .....	54
4.3. Statistik Deskriptif.....	57
4.4. Koefisien Determinasi ( <i>R Square</i> ) .....	60
4.5. Pengujian Hipotesis.....	61
4.6. Pembahasan .....	63
4.6.1. Kualitas Informasi yang Dipersepsikan pada Kepercayaan.....	64
4.6.2. Kualitas Informasi yang Dipersepsikan pada Kepuasan.....	65

4.6.3. Kehadiran Sosial pada Kepercayaan.....	66
4.6.4. Kehadiran Sosial pada Kepuasan.....	68
4.6.5. Kepercayaan pada Kepuasan .....	68
4.6.6. Kepercayaan pada Niat Pembelian .....	69
4.6.7. Kepuasan pada Niat Pembelian .....	70
4.6.8. Kualitas Informasi yang Dipersepsikan pada Niat Pembelian.....	71
4.6.9. Kehadiran Sosial pada Niat Pembelian.....	72
BAB V .....	74
SIMPULAN DAN SARAN .....	74
5.1. Simpulan.....	74
5.2. Implikasi Manajerial.....	76
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	78
5.4. Saran Penelitian Selanjutnya .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	79
LAMPIRAN .....	85