

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Tinjauan Pustaka .....	7
1. Pemasaran .....	7
2. Strategi Pemasaran.....	8
3. Suplemen Makanan.....	9
4. <i>Marketplace</i> .....	11
5. <i>Online Customer Review</i> .....	13
6. <i>Online Customer Rating</i> .....	13
7. Indikator <i>Online Customer Review</i> dan <i>Online Customer Rating</i> .....	15
8. Keputusan Pembelian .....	17
F. Kerangka Konsep.....	20
G. Hipotesis.....	21
BAB II.....	23

METODE PENELITIAN.....	23
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	23
C. Populasi dan Sampel .....	25
D. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	27
E. Metode Pengumpulan Data .....	27
F. Instrumen Penelitian .....	28
G. Pengujian Instrumen Penelitian .....	33
H. Metode Analisis Data.....	37
BAB III.....	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	42
A. Deskripsi Profil Responden .....	42
B. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	48
1. Deskripsi Variabel <i>Online Customer Review</i> .....	48
2. Deskripsi Variabel <i>Online Customer Rating</i> .....	50
3. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	53
C. Analisis Data Penelitian.....	56
1. Uji Asumsi Klasik.....	56
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
3. Uji Hipotesis .....	61
D. Keterbatasan Penelitian.....	63
BAB IV .....	65
KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA .....	67
LAMPIRAN.....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Persentase Peningkatan Belanja Rumah Tangga selama Pandemi Covid-19.....	2
Gambar 2. Ulasan dan peringkat online .....	14
Gambar 3. Bagan Kerangka Berpikir .....	21
Gambar 4. Persentase suplemen makanan yang dibeli .....	46
Gambar 5. Hasil Pengujian Normalitas.....	57
Gambar 6. Hasil Pengujian Heterokedastisitas .....	59

## DAFTAR TABEL

Tabel I. Jenis Marketplace .....	12
Tabel II. Definisi Operasional Variabel .....	25
Tabel III. Pertanyaan Identitas dan Profil Responden .....	29
Tabel IV. Lanjutan Pernyataan Identitas dan Profil Responden .....	30
Tabel V. Pertanyaan tentang Online Customer Review.....	30
Tabel VI. Lanjutan Pertanyaan untuk Online Customer Review.....	31
Tabel VII. Pertanyaan untuk Online Customer Rating .....	31
Tabel VIII. Lanjutan Pertanyaan untuk Online Customer Rating.....	32
Tabel IX. Pertanyaan untuk Keputusan Pembelian Suplemen Makanan melalui Marketplace.....	32
Tabel X. Lanjutan Pertanyaan untuk Keputusan Pembelian Suplemen Makanan melalui Marketplace.....	33
Tabel XI. Hasil Uji Validitas .....	35
Tabel XII. Lanjutan Hasil Uji Validitas .....	36
Tabel XIII. Hasil Uji Reliabilitas .....	37
Tabel XIV. Distribusi frekuensi karakteristik responden .....	42
Tabel XV. Lanjutan distribusi frekuensi karakteristik responden .....	43
Tabel XVI. Tanggapan responden mengenai Online Customer Review .....	48
Tabel XVII. Tanggapan responden mengenai Online Customer Rating .....	51
Tabel XVIII. Tanggapan responden mengenai Keputusan Pembelian .....	53
Tabel XIX. Hasil Uji Multikolinieritas .....	58
Tabel XX. Hasil Uji Regresi Linier .....	60
Tabel XXI. Hasil Uji Statistik t.....	62
Tabel XXII. Hasil Uji Statistik F .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 2. Data Sosiodemografi Responden.....	77
Lampiran 3. Data suplemen makanan dan marketplace yang digunakan .....	80
Lampiran 4. Hasil Kuesioner Variabel X.....	82
Lampiran 5. Hasil Analisis menggunakan SPSS 25 .....	87