

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAM PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAKSI .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
BAB I .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kerangka Teori .....	7
F. Kerangka Konsep .....	23
G. Definisi Operasional .....	27
H. Metodologi Penelitian .....	31
BAB II .....	39
A. Tren Belanja Masyarakat dan <i>E-Commerce</i> Di Indonesia .....	39
B. Perkembangan Iklan <i>Customer Testimonial</i> .....	49
C. Hubungan Iklan Testimoni Terhadap Kepercayaan Terhadap Merek ....	57
BAB III .....	62
A. Objek Penelitian .....	62
B. Mahasiswa Dan Jual Beli <i>Online</i> .....	73
BAB IV .....	77
A. <i>Pilot Test</i> .....	77
B. Deskripsi Responden .....	80
C. Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas dan Multikolinearitas .....	91
D. Analisis <i>Mean</i> Pada Variabel Independen, Dependen dan Moderator ...	93
E. Analisis <i>Pearson Test</i> .....	100

F. Analisis Regresi Linear Berganda Pada Tiap Dimensi Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen .....	103
G. Pengujian Variabel Moderator .....	106
H. Pembuktian Hipotesis Dengan <i>Uji T</i> .....	108
I. Analisis <i>Crosstab</i> .....	110
J. Iklan Testimonial <i>Customer Endorser</i> dan <i>Brand Trust</i> Olx Indonesia	118
BAB V .....	122
A. Kesimpulan .....	122
B. Saran .....	123
DAFTAR PUSTAKA .....	125
LAMPIRAN .....	130