

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Research Gap</i> Pengaruh <i>Online Customer Review</i> dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	5
Tabel 1.2 Nilai transaksi bruto atau <i>gross merchandise value</i> (GMV) e-commerce di Indonesia.....	6
Tabel 1.3 Dimensi <i>Online Customer Review</i>	13
Tabel 1.4 Dimensi Kepercayaan.....	14
Tabel 1.5 Dimensi Keputusan Pembelian.....	14
Tabel 2.1 Penelitian Skripsi Terdahulu.....	27
Tabel 2.2 Jurnal Terdahulu (Nasional)	32
Tabel 2.3 Jurnal Terdahulu (Internasional).....	36
Tabel 3.1 Operasional Variabel... ..	48
Tabel 3.2 Skala Likert... ..	54
Tabel 3.3 Tahap Penelitian.....	54
Tabel 3.4 Uji Validitas... ..	58
Tabel 3.5 Uji Realibilitas... ..	60
Tabel 3.6 Kategori Interpretasi Skor.....	62
Tabel 4.1 Percincian penyebaran kuesioner penelitian... ..	68
Tabel 4.2 Tanggapan responden mengenai variabel online customer review (X1)...	71
Tabel 4.3 Tanggapan responden mengenai variabel kepercayaan (X2)... ..	75
Tabel 4.4 Tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian (Y).....	77
Tabel 4.5 Uji Normalitas Kolmogorof – Smirnov... ..	81
Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas... ..	83

Tabel 4.7 Hasil analisis regresi berganda.....	83
Tabel 4.8 Hasil Uji analisis Uji-F	85
Tabel 4.9 Pengujian Hipotesis (Uji-T).....	85
Tabel 4.10 Koefisien Detetminasi.....	87

