

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> <b>11</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	11
2.1.1 Konsep Minat beli .....	11
2.1.2 Konsep Online Customer Reviews.....	15
2.1.3 Penelitian Terdahulu.....	24
2.2 Kerangka Pemikiran .....	25
2.3 Hipotesis .....	29
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b> .....	<b>30</b>
3.1 Objek Penelitian .....	30
3.2 Metode Penelitian .....	30
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	30
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	31
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	34
3.2.4 Populasi dan Sampel.....	35
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	39
3.2.7 Teknik Analisis Data .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>55</b>
4.1 Profil Perusahaan dan Profil Pengguna Jasa Transportasi Online Uber di Indonesia .....	55
4.1.1 Profil Perusahaan.....	55
4.1.2 Profil Pengguna Jasa Transportasi Online Uber di Indonesia berdasarkan Identitas, Karakteristik dan Pengalamannya.....	57
4.2 Hasil Pengujian Deskriptif.....	63
4.2.1 Tanggapan Pengguna Mengenai Online Customer Reviews .....	63
4.2.2 Tanggapan Pengguna Mengenai Minat Menggunakan .....	72

4.3	Hasil Pengujian Hipotesis.....	77
4.3.1	Uji Asumsi Klasik .....	77
4.3.2	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	83
4.3.3	Pengujian Hipotesis .....	85
4.4	Implikasi Penelitian .....	86
4.4.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritis .....	86
4.4.2	Temuan Penelitian Bersifat Empiris.....	87
4.4.3	Implikasi Hasil Penelitian Pengaruh Online Customer Reviews terhadap Minat Menggunakan Jasa Transportasi Online Uber Indonesia pada Program Studi Pendidikan Manajemen Bisnis .....	88
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>		<b>91</b>
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Rekomendasi .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>93</b>

## DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Hal
1.1	Jumlah pemesanan go-jek, grab dan Uber di indonesia tahun 2015-2016....	3
2.1	Model lima tahap proses pembelian konsumen .....	12
2.2	Langkah-langkah antara evaluasi alternatif dan keputusan pembelian .....	12
2.3	Kerangka Pemikiran .....	27
2.4	Paradigma penelitian .....	28
3.1	Garis normal <i>probability plot</i> .....	47
3.2	Model diagram pencar .....	49
4.1	Logo Uber .....	54
4.2	Pengalaman Pengguna Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Lain .....	61
4.3	Presentase Pengguna Jasa Uber dan Merek Lain .....	62
4.4	Garis Kontinum Variabel <i>Online Customer Reviews</i> .....	63
4.5	Garis Kontinum Variabel Minat Menggunakan .....	71
4.6	Normalitas Data .....	77
4.7	Diagram Pencar <i>Online Customer Reviews</i> Terhadap Minat Menggunakan	78
4.8	<i>Output</i> Uji Titik Terpencil <i>Online Customer Reviews</i> Terhadap Minat Menggunakan .....	79

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	SK Pembimbing Skripsi
Lampiran 2	Rekapitulasi Bimbingan Skripsi
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian
Lampiran 4	Koding dan Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 5	Koding Identitas dan Pengalaman Responden
Lampiran 6	Koding Variabel <i>Online Customer Reviews</i> dan Koding Variabel Minat Menggunakan
Lampiran 7	<i>Output</i> Analisis Data Deskriptif
Lampiran 8	<i>Output</i> Analisis Data Verifikatif menggunakan Regresi <i>Linear</i> Sederhana
Lampiran 9	<i>Curriculum Vitae</i> (CV)