

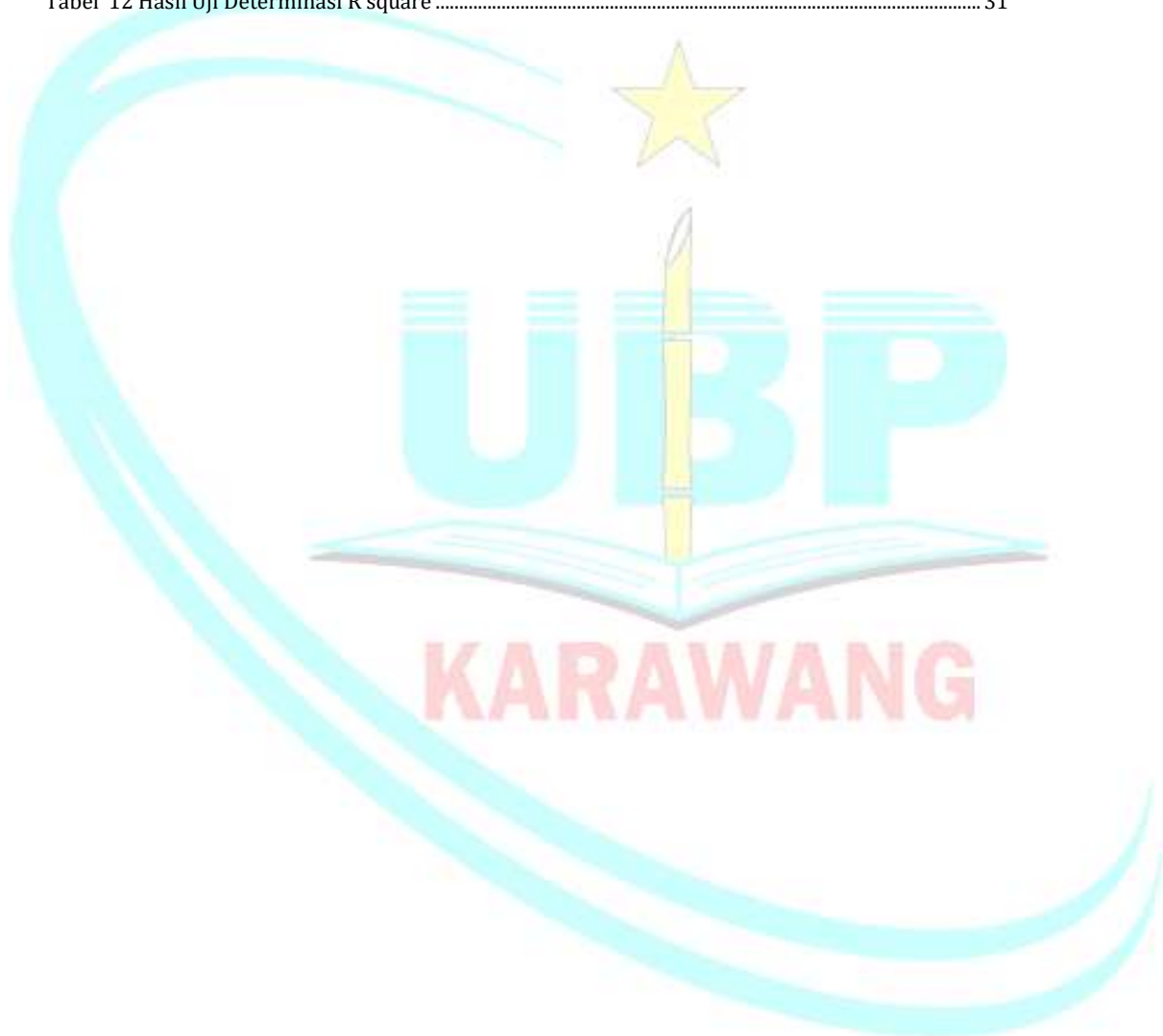
DAFTAR ISI

KEPERCAYAAN DIGITAL KONSUMEN : PENGARUH RATING DAN ULASAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE GLAD2GLOW DI SHOPPE.....	1
HALAMAN PERNYATAAN ORIENTAS	II
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	III
HALAMAN PENGESAHAN	IV
SURAT PERNYATAAN	V
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	VI
ABSTRAK.....	IX
ABSTRACT.....	X
Keywords: <i>Ratings; Reviews; Purchasing Decisions; Glad2Glow; Generation Z</i>	X
ARTIKEL	15
Referensi.....	33
LAMPIRAN.....	36



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Karakteristik Responden.....	24
Tabel 2 Deskripsi Variabel Rating (X1).....	25
Tabel 3 Deskripsi Variabel Ulasan (X2).....	26
Tabel 4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	26
Tabel 5 Hasil Uji Validitas.....	27
Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	28
Tabel 7 Uji Normalitas	28
Tabel 8 . Uji Multikolinearitas.....	29
Tabel 9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	29
Tabel 10 Hasil Uji t.....	30
Tabel 11 Hasil Uji F.....	31
Tabel 12 Hasil Uji Determinasi R square	31



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Ulasan Rating & Review Positif & Negative.....	18
Gambar 2 Glad2Glow Tahun 2025	19
Gambar 3 Paradigma Penelitian	22
Gambar 4 Uji Heteroskedastisitas	29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Cek Turnitin.....	36
Lampiran 2 Bukti LOA	37
Lampiran 3 Kartu Bimbingan	38
Lampiran 4 TOEFL	39
Lampiran 5 Sertifikat ICBENS	40
Lampiran 6 LoA Submit	41
Lampiran 7 Persetujuan Dosen.....	42
Lampiran 8 Halaman Pengesahaan.....	43
Lampiran 9 SKPI	44
Lampiran 10 Uji Kompetensi.....	45
Lampiran 11 Instrumen Penelitian.....	46
Lampiran 12 Hasil Analisis Data.....	50
Lampiran 13 Bukti Penyebaran Kuesioner.....	61

