

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	2
1.1.3 Logo Perusahaan.....	2
1.1.4 Produk yang Ditawarkan	2
1.1.5 Konsep Sistem <i>Online to Offline</i> (O2O) Berrybenka	3
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Aspek Teoritis.....	13
1.5.2 Aspek Praktis	13
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	15
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.2 Persepsi Risiko.....	16
2.1.3 Sistem <i>Online to Offline</i> (O2O)	19
2.1.4 Kepercayaan Konsumen	22

2.1.5	Hubungan Persepsi Resiko terhadap Kepercayaan Konsumen	23
2.1.6	Hubungan Sistem <i>Online to Offline</i> (O2O) terhadap Kepercayaan Konsumen	24
2.2	Penelitian Terdahulu	25
2.3	Kerangka Pemikiran	41
2.4	Hipotesis Penelitian	44
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1.	Jenis Penelitian	45
3.2.	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	45
3.2.1	Variabel Operasional	45
3.2.2	Skala Pengukuran	48
3.3	Tahapan Penelitian.....	49
3.4	Populasi dan Sampel.....	50
3.4.1	Populasi.....	50
3.4.2	Sampel	50
3.5	Teknik Pengumpulan Data	51
3.5.1	Data Primer	51
3.5.2	Data Sekunder.....	51
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
3.6.1	Uji Validitas.....	52
3.6.2	Uji Reliabilitas	53
3.7	Teknik Analisis Data	53
3.7.1	Analisis Deskriptif	53
3.7.2	<i>Method of Succesive Interval</i> (MSI)	55
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	56
3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda	58
3.8	Uji Hipotesis	58
3.8.1	Uji Parsial (Uji T)	58
3.8.2	Uji Simultan (Uji F)	59
3.9	Koefisien Determinasi	60

<u>BAB IV</u> HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1. Pengumpulan Data.....	61
4.1.1 Uji Validitas.....	61
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	62
4.2. Karakteristik Responden.....	63
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
4.3 Analisis Deskriptif.....	66
4.3.1 Analisis Persepsi Risiko (X1).....	67
4.3.2 Analisis Sistem <i>Online to Offline</i> (O2O) (X ₂).....	76
4.3.3 Analisis Kepercayaan Konsumen (Y).....	79
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	83
4.4.1 Uji Normalitas.....	83
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	85
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	86
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	86
4.6 Uji Hipotesis.....	88
4.6.1 Uji Parsial (Uji T).....	88
4.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	89
4.6.3 Koefisien Determinasi.....	90
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2. Saran.....	98
5.2.1. Bagi Penelitian Selanjutnya.....	98
5.2.2 Bagi Perusahaan.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	103