

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian Perusahaan	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	12
1.4 Pertanyaan Penelitian	13
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	14
1.8 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	17
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.2 Kepercayaan (Trust).....	19
2.1.3 Persepsi Risiko (Perceived Risk)	20
2.1.4 Kemudahan (Ease of Use).....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Hipotesis Penelitian	26
2.3.1 Pengaruh Perceived Risk terhadap Trust.....	26
2.3.2 Pengaruh Ease of Use terhadap Trust.....	27
2.3.3 Pengaruh Perceived Risk terhadap Purchase Intention	28
2.3.4 Pengaruh Ease of Use terhadap Purchase Intention	29
2.3.5 Pengaruh Trust terhadap Purchase Intention.....	29
2.4 Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Karakteristik Penelitian	33
3.2 Alat Pengumpulan Data.....	34
3.2.1 Variabel dan Indikator.....	34
3.2.2 Skala Pengukuran.....	39
3.3 Tahapan Penelitian	41
3.4 Populasi dan Sampel.....	42
3.4.1 Populasi.....	42
3.4.2 Sampel.....	43

3.4.3 Teknik Sampling	43
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	44
3.5.1 Data Primer	44
3.5.2 Data Sekunder	44
3.6 Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.6.1 Validitas	44
3.6.2 Reliabilitas.....	45
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	46
3.7.1 Goodness-of –Fit Indices	49
3.7.2 Pemodelan Persamaan Struktural.....	52
3.7.3 Pengujian Hipotesis.....	53
3.7.4 Efek Dekomposisi	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Karakteristik Responden	55
4.1.1 Responden Berdasarkan Screening Question.....	55
4.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.1.3 Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	57
4.2.2 Penilaian Kecocokan Model (Goodness of Fit)	60
4.2.3 Uji Hipotesis.....	62
4.2.4 Perhitungan Efek Dekomposisi	65

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
4.3.1 Pengaruh Perceived Risk terhadap Trust.....	65
4.3.2 Pengaruh Ease of Use terhadap Trust.....	66
4.3.3 Pengaruh Perceived Risk terhadap Purchase Intention	66
4.3.4 Pengaruh Ease of Use terhadap Purchase Intention	66
4.3.5 Pengaruh Trust terhadap Purchase Intention.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran	69
5.2.1 Saran Praktis.....	69
5.2.2 Saran Teoritis	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	77