

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	24
1.4 Tujuan Penelitian .....	24
1.5 Kegunaan Penelitian .....	24
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	24
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	25
1.6 Sistematik Penulisan .....	25
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>27</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	27
2.2 Pemasaran.....	27
2.3 <i>Internet</i> .....	28
2.4 <i>E-commecre</i> .....	28

2.4.1 Tipe <i>E-commerce</i> .....	29
2.5 <i>Website</i> .....	30
2.5.1 Metode Pengukuran Kualitas <i>Website</i> .....	31
2.5.2 <i>Webqual</i> .....	32
2.5.3 <i>Webqual</i> 4.0.....	33
2.6 Kepercayaan .....	34
2.7 Keputusan Pembelian.....	36
2.8 Pengaruh antar Variabel Terkait .....	38
2.8.1 Pengaruh Kualitas <i>Website</i> terhadap Kepercayaan .....	38
2.8.2 Pengaruh Kualitas <i>Website</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	39
2.8.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian .....	39
2.8.4 Pengaruh Kualitas <i>Website</i> terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian .....	40
2.9 Penelitian Terdahulu .....	41
2.10 Kerangka Pemikiran.....	52
2.11 Hipotesis Penelitian.....	54
2.12 Ruang Lingkup Penelitian .....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	55
3.2 Variabel Penelitian.....	55
3.2.1 Variabel Operasional .....	55
3.2.2 Skala Pengukuran .....	60
3.3 Tahapan Penelitian.....	61
3.4 Populasi dan Sampel .....	63
3.4.1 Populasi.....	63
3.4.2 Sampel.....	63
3.5 Pengumpulan Data.....	65
3.5.1 Sumber Data.....	65
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	65

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	66
3.6.1 Uji Validitas .....	66
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	70
3.7 Teknik Analisis Data.....	71
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	71
3.8 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	73
3.9 Uji Asumsi Klasik .....	74
3.9.1 Uji Normalitas .....	74
3.9.2 Uji Multikolinearitas.....	74
3.9.3 Uji Heterokedastisitas .....	74
3.10 <i>Path Analysis</i> .....	75
3.11 Hipotesis Penelitian.....	77
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>81</b>
4.1 Pengumpulan Data.....	81
4.2 Karakteristik Responden .....	81
4.2.1 Berdasarkan Usia .....	81
4.2.2 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	82
4.2.3 Berdasarkan Pekerjaan .....	83
4.2.4 Berdasarkan Pendapatan .....	84
4.3 Teknik Analisis Data.....	85
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	85
4.3.2 Analisis Deskriptif Kualitas <i>Website</i> .....	87
4.3.3 Analisis Deskriptif Kepercayaan.....	100
4.3.4 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian .....	107
4.4 <i>Method Successive Interval</i> (MSI).....	111
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	112
4.5.1 Uji Normalitas .....	112
4.5.2 Uji Multikoleniaritas.....	114
4.5.3 Uji Heterokedastisitas .....	115

4.6 Perhitungan Analisis Jalur ( <i>path analysis</i> ).....	116
4.6.1 Merumuskan Hipotesis dan Persamaan Struktural.....	116
4.6.2 Menghitung Koefisien Jalur berdasarkan Koefisien Regresi .....	116
4.6.3 Menghitung Koefisien Jalur .....	118
4.7 Hasil dan Pembahasan.....	131
4.7.1 Hasil Deskriptif.....	131
4.7.2 Pembahasan Hipotesis.....	132
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>137</b>
5.1 Kesimpulan.....	136
5.2 Saran.....	139
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	139
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	140
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>142</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>145</b>