

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan, dan Lokasi Perusahaan .....	1
1.1.2 Logo Perusahaan .....	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	1
1.1.4 Skala Usaha, Perkembangan Usaha, dan Strategi Secara Umum ..	2
1.1.5 Produk dan Layanan.....	7
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	9
1.3 Identifikasi Masalah.....	21
1.4 Tujuan Penelitian .....	22
1.5 Kegunaan Penelitian.....	22
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	22
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	22
1.6 Sistematika Penulisan.....	23
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>24</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	24
2.1.1 Pemasaran .....	24
2.1.2 <i>E-Commerce</i> .....	25

2.1.3	Perilaku Konsumen.....	26
2.1.4	<i>Social Commerce Construct</i> .....	27
2.1.5	Dimensi <i>Social Commerce Construct</i> .....	28
2.1.6	<i>Consumer Trust</i> (Kepercayaan Konsumen).....	28
2.1.7	Dimensi <i>Consumer Trust</i> .....	29
2.1.8	<i>Purchase Intention</i> .....	30
2.1.9	Dimensi <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli) .....	31
2.1.10	Tahapan Minat Beli .....	32
2.1.11	Hubungan <i>Social Commerce Construct</i> terhadap <i>Consumer Trust</i> .....	33
2.1.12	Hubungan <i>Social Commerce Construct</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> ..	34
2.1.13	Hubungan <i>Consumer Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	34
2.2	Penelitian Terdahulu .....	36
2.2.1	Ulasan Penelitian Skripsi .....	36
2.2.2	Ulasan Jurnal Nasional .....	41
2.2.3	Ulasan Jurnal Internasional .....	46
2.3	Kerangka Pemikiran .....	51
2.4	Hipotesis Penelitian .....	53
2.5	Ruang Lingkup Penelitian .....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>55</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	55
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	55
3.2.1	Variabel Operasional .....	55
3.2.2	Skala Pengukuran .....	58
3.3	Tahapan Penelitian .....	59
3.4	Populasi dan Sampel .....	60
3.4.1	Populasi .....	60
3.4.2	Sampel .....	60
3.5	Pengumpulan Data .....	62
3.5.1	Data Primer .....	62
3.5.2	Data Sekunder.....	62
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	62
3.6.1	Uji Validitas .....	63
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	65

3.7	Teknik Analisis Data .....	66
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	66
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	68
3.7.3	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i> .....	70
3.7.4	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	71
3.7.5	Pengujian Hipotesis .....	74
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>78</b>
4.1	Pengumpulan Data.....	78
4.2	Karakteristik Responden.....	78
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	79
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	80
4.3	Hasil Penelitian.....	80
4.3.1	Analisis Deskriptif .....	81
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	95
4.4	<i>Method Successive Interval (MSI)</i> .....	101
4.5	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	101
4.5.1	Pembahasan Hasil Penelitian .....	115
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>122</b>
5.1	Kesimpulan.....	122
5.2	Saran .....	124
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	124
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>126</b>
<b>LAMPIRAN</b>		