

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	16
1.4 Pertanyaan Penelitian	16
1.5 Tujuan Penelitian	17
1.6 Manfaat Penelitian	18
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	19
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Landasan Teori.....	21
2.1.1 Manajemen.....	21
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	22
2.1.3 Bauran Pemasaran	23
2.1.4 Internet Marketing.....	24
2.1.5 Sosial Media.....	25
2.1.6 E- trust.....	31
2.1.7 Kualitas <i>Website</i>	34

2.1.8 E-purchase Intention	36
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
2.4 Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Karakteristik Penelitian.....	43
3.2 Alat Pengumpulan Data	44
3.2.1 Operasional Variabel.....	44
3.2.2 Skala Pengukuran.....	47
3.3 Tahapan Penelitian	49
3.4 Populasi dan Sampel	50
3.4.1 Populasi	50
3.4.2 Sampel.....	51
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	52
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5.2 Sumber Data.....	53
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	53
3.6.1 Uji Validitas	53
3.6.2 Uji Reliabilitas	54
3.7 Teknik Analisis Data.....	56
3.7.1 Analisis Deskriptif	56
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	60
3.7.4 Analisis Koefisien Korelasi	61
3.7.5 Analisis Koefisien Determinasi	63
3.7.6 Uji Hipotesis	63
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	71

4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.2	Analisis Validitas dan Reliabilitas	75
4.1.3	Tanggapan mengenai Variabel E- trust.....	79
4.1.4	Tanggapan Mengenai Kualitas <i>website</i>	84
4.1.5	<i>E-purchase Intention</i>	86
4.2	Uji Asumsi Klasik.....	89
4.3	Pengaruh <i>E- trust</i> Dan Kualitas <i>website</i> Terhadap <i>E-purchase Intention</i>	91
4.3.1	Pengaruh <i>E- trust</i> Terhadap <i>E-purchase Intention</i>	91
4.3.2	Pengaruh Kualitas <i>website</i> Terhadap <i>E-purchase Intention</i>	93
4.3.3	Pengaruh <i>E- trust</i> dan Kualitas <i>website</i> Terhadap <i>E-purchase Intention</i>	95
4.4	Pembahasan.....	99
4.4.1	Pengaruh <i>E- trust</i> terhadap <i>E-purchase Intention</i>	99
4.4.2	Pengaruh kualitas <i>website</i> terhadap <i>E-purchase Intention</i>	100
4.4.3	Pengaruh E- trust dan kualitas <i>website</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>E-purchase Intention</i>	101

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	103
5.2	Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA.....	106
---------------------	-----

LAMPIRAN.....	111
---------------	-----