

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	1
1.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan Shopee	1
1.1.2. Visi, Misi, Nilai dan Logo Shopee	3
1.1.3. Struktur Organisasi Shopee	3
1.2. Latar Belakang Penelitian	4
1.3. Identifikasi Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Kegunaan Penelitian	12
1.6. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Pemasaran.....	14
2.1.1. Pengertian Pemasaran	14
2.1.2. Pengertian E-commerce	15
2.1.3. Pengertian Persepsi Risiko	17
2.1.4. Pengertian Kepercayaan	19
2.1.5. Pengertian Niat Beli Konsumen	21
2.1.6. Pengertian Sikap Konsumen	24

2.2.	Skripsi Terdahulu	27
2.3.	Jurnal Nasional	32
2.4.	Jurnal Internasional	36
2.5.	Kerangka Pemikiran	40
2.6.	Hipotesis	43
2.7.	Ruang Lingkup Penelitian	44
2.7.1.	Faktor-faktor dalam Penelitian	44
2.7.2.	Lokasi dan Objek Penelitian	44
2.7.3.	Waktu Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1.	Jenis Penelitian	45
3.2.	Operasionalisasi Variabel	45
3.3.	Skala Pengukuran	47
3.4.	Tahapan Penelitian	48
3.5.	Populasi dan Sampel	49
3.5.1.	Populasi	49
3.5.2.	Sampel	50
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	51
3.7.	Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
4.1.	Pengumpulan Data	54
4.2.	Gambaran Identitas Responden	54
4.3.	Hasil Penelitian	60
4.3.1.	Analisis Deskriptif	60
4.3.2.	Uji Instrumen Penelitian	65
4.3.3.	Uji Asumsi Klasik	67
4.3.4.	Analisis Jalur	70
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian	78
BAB V PENUTUP		85

5.1. Kesimpulan.....	85
5.2. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88