

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Sociolla	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	13
2.1.1 <i>Trusting Belief</i>	13
2.1.2 <i>Intention to Purchase</i>	17
2.1.3 <i>Purchase</i>	18
2.1.4 <i>Post-Purchase</i>	19
2.1.5 <i>E-commerce</i>	20
2.2 Kerangka Pemikiran	25
BAB III.....	26
METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Operasionalisasi Variabel	28
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	28
3.2.2 Skala Pengukuran.....	29
3.3 Tahapan Penelitian.....	30
3.4 Populasi dan Sampel	33
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	34
3.5.1 Data Primer	34
3.5.2 Data Sekunder.....	35
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
3.6.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2 Uji Reliabilitas	38

3.7 Teknik Analisis Data	39
3.7.1 Analisis Deskriptif	39
3.7.2 SEM-PLS	40
3.8 Uji Hipotesis	42
BAB IV	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Pengumpulan Data	45
4.2 Karakteristik Responden	45
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	48
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Situs <i>Online</i>	50
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Belanja	50
4.3 Analisis Data PLS-SEM	51
4.3.1 <i>Coefficient of Determination</i>	51
4.3.2 <i>Predictive Relevance</i>	53
4.3.3 <i>Goodness of Fit Model</i>	54
4.3.4 <i>Path Coefficient</i>	55
4.3.5 Uji Hipotesis	57
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	59
BAB V	65
KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	65
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	77