

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS | vii |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Gambaran Umum Penelitian | 1 |
| 1.1.1. Latar Belakang Perusahaan | 1 |
| 1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan | 2 |
| 1.1.3. Strategi Secara Umum..... | 2 |
| 1.1.4. Produk dan Layanan | 3 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 4 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 13 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 13 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 13 |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis..... | 13 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis..... | 13 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 13 |
| BAB II | 15 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 15 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian | 15 |
| 2.1.1 Persepsi Kemudahan..... | 15 |
| 2.1.1.1 Dimensi Persepsi Kemudahan Penggunaan..... | 15 |
| 2.1.2 Persepsi Resiko | 16 |
| 2.1.2.1 Dimensi Persepsi Risiko | 17 |

| | | |
|-------------------------------|--|-----------|
| 2.1.3 | Minat Beli | 18 |
| 2.1.3.1 | Dimensi Minat Beli..... | 19 |
| 2.1.3.2 | Aspek minat beli | 20 |
| 2.1.4 | Keterkaitan antar variabel..... | 20 |
| 2.1.4.1 | Hubungan antara Persepsi Kemudahan terhadap Minat Beli | 20 |
| 2.1.4.2 | Hubungan antara Persepsi Risiko terhadap Minat Beli | 21 |
| 2.1.4.3 | Hubungan antara Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Beli | 22 |
| 2.2 | Penelitian Terdahulu..... | 23 |
| | <i>Sumber : Olahan Penulis (2022).....</i> | <i>30</i> |
| 2.3 | Kerangka Berfikir | 30 |
| | | 30 |
| 2.4 | Hipotesis..... | 30 |
| 2.5 | Ruang Ligkup Penelitian. | 31 |
| BAB III..... | | 32 |
| METODE PENELITIAN..... | | 32 |
| 3.1 | Jenis Penelitian | 32 |
| 3.2 | Variabel Operasional dan Skala Pengukuran..... | 32 |
| 3.2.1 | Variabel Operasional..... | 32 |
| 3.2.2 | Skala Pengukuran | 35 |
| 3.3 | Tahapan penelitian | 35 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel..... | 38 |
| 3.4.1 | Populasi | 38 |
| 3.4.2 | Sampel..... | 38 |
| 3.4.3 | Penentuan Sampel | 39 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data | 39 |
| 3.5.1 | Sumber data..... | 40 |
| 3.6 | Metode Analisis Data..... | 40 |
| 3.6.1 | Validitas dan Reliabilitas | 41 |
| 3.6.1.1 | Validitas..... | 41 |
| 3.6.1.2 | Reliabilitas..... | 42 |
| 3.6.2 | Analisis Deskriptif..... | 43 |
| 3.6.3 | Uji Methode Succesive Interval (MSI)..... | 44 |
| 3.6.4 | Uji Asumsi Klasik..... | 45 |
| 3.6.5 | Analisis Regresi Linier Berganda..... | 47 |
| 3.6.5.1 | Koefisien Determinasi | 47 |

| | |
|---|-----------|
| 3.7 Uji Hipotesis | 48 |
| 3.7.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)..... | 48 |
| 3.7.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)..... | 48 |
| BAB IV | 50 |
| HASIL PENELITIAN | 50 |
| 4.1 Profil Responden | 50 |
| 4.2 Analisis Deskriptif | 52 |
| 4.2.1 Persepsi Kemudahan..... | 52 |
| 4.2.2 Persepsi Risiko..... | 54 |
| 4.2.3 Minat Beli Konsumen | 57 |
| 4.3 Method Succesive Interval (MSI) | 59 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik | 59 |
| 4.4.1 Uji Normalitas..... | 59 |
| 4.4.2 Uji Heteroskedastisitas..... | 59 |
| 4.4.3 Uji Multikolinearitas..... | 60 |
| 4.5 Analisis Regresi Linear Berganda | 61 |
| 4.5.1 Model Regresi Linear Berganda | 61 |
| 4.5.2 Koefisien Determinasi | 62 |
| 4.5.3 Pengujian Hipotesis Secara Parsial..... | 63 |
| 4.5.4 Pengujian Hipotesis Secara Simultan | 64 |
| 4.6 Pembahasan | 65 |
| 4.6.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Beli | 65 |
| 4.6.2 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Beli | 66 |
| 4.6.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Beli | 67 |
| BAB V | 68 |
| HASIL PENELITIAN | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA | 70 |
| LAMPIRAN | 74 |