

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Pertanyaan Penelitian	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.6.1 Aspek Teoritis	13
1.6.2 Aspek Praktis	13
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	13
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	14
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	16
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 <i>E-Commerce</i>	17
2.1.3 Kepercayaan.....	18

2.1.4 Kemudahan	19
2.1.5 Kualitas Informasi	20
2.1.6 Keputusan Pembelian	22
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran	36
2.4 Hipotesis Penelitian	37
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Alat Pengumpulan Data	39
3.2.1 Variabel Operasional	39
3.2.2 Skala Pengukuran	47
3.3 Tahapan Penelitian	47
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.4.1 Populasi	49
3.4.2 Sampel	49
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	51
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	51
3.6.1 Uji Validitas	51
3.6.2 Uji Reliabilitas	54
3.7 Teknik Analisis Data	55
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Karakteristik Responden	59
4.2 Hasil Perhitungan Teknik Analisis Data	63
4.2.1 Analisis Deskriptif	63
4.2.2 Method Succesive Interval (MSI)	76

4.2.3 Uji Asumsi Klasik	76
4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda	80
4.2.5 Pengujian Hipotesis	82
4.2.6 Koefisien Determinasi	87
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
4.3.1 Analisis Deskriptif	88
4.3.2 Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	95
BAB V	97
KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	104