

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah.....	24
1.4 Tujuan Penelitian	24
1.5 Kegunaan Penelitian	24
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	24
1.5.2 Kegunaan Praktis	25
1.6 Sistematik Penulisan	25
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	27
2.1 Tinjauan Pustaka.....	27
2.2 Pemasaran.....	27
2.3 <i>Internet</i>	28
2.4 <i>E-commecre</i>	28

2.4.1 Tipe <i>E-commerce</i>	29
2.5 <i>Website</i>	30
2.5.1 Metode Pengukuran Kualitas <i>Website</i>	31
2.5.2 <i>Webqual</i>	32
2.5.3 <i>Webqual</i> 4.0.....	33
2.6 Kepercayaan	34
2.7 Keputusan Pembelian.....	36
2.8 Pengaruh antar Variabel Terkait	38
2.8.1 Pengaruh Kualitas <i>Website</i> terhadap Kepercayaan	38
2.8.2 Pengaruh Kualitas <i>Website</i> terhadap Keputusan Pembelian	39
2.8.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	39
2.8.4 Pengaruh Kualitas <i>Website</i> terhadap Kepercayaan dan Keputusan Pembelian	40
2.9 Penelitian Terdahulu	41
2.10 Kerangka Pemikiran.....	52
2.11 Hipotesis Penelitian.....	54
2.12 Ruang Lingkup Penelitian	54
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1 Jenis Penelitian	55
3.2 Variabel Penelitian.....	55
3.2.1 Variabel Operasional	55
3.2.2 Skala Pengukuran	60
3.3 Tahapan Penelitian.....	61
3.4 Populasi dan Sampel	63
3.4.1 Populasi.....	63
3.4.2 Sampel.....	63
3.5 Pengumpulan Data.....	65
3.5.1 Sumber Data.....	65
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	65

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	66
3.6.1 Uji Validitas	66
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	70
3.7 Teknik Analisis Data.....	71
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	71
3.8 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	73
3.9 Uji Asumsi Klasik	74
3.9.1 Uji Normalitas	74
3.9.2 Uji Multikolinearitas.....	74
3.9.3 Uji Heterokedastisitas	74
3.10 <i>Path Analysis</i>	75
3.11 Hipotesis Penelitian.....	77
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	81
4.1 Pengumpulan Data.....	81
4.2 Karakteristik Responden	81
4.2.1 Berdasarkan Usia	81
4.2.2 Berdasarkan Jenis Kelamin	82
4.2.3 Berdasarkan Pekerjaan	83
4.2.4 Berdasarkan Pendapatan	84
4.3 Teknik Analisis Data.....	85
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	85
4.3.2 Analisis Deskriptif Kualitas <i>Website</i>	87
4.3.3 Analisis Deskriptif Kepercayaan.....	100
4.3.4 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	107
4.4 <i>Method Successive Interval</i> (MSI).....	111
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	112
4.5.1 Uji Normalitas	112
4.5.2 Uji Multikoleniaritas.....	114
4.5.3 Uji Heterokedastisitas	115

4.6 Perhitungan Analisis Jalur (<i>path analysis</i>).....	116
4.6.1 Merumuskan Hipotesis dan Persamaan Struktural.....	116
4.6.2 Menghitung Koefisien Jalur berdasarkan Koefisien Regresi	116
4.6.3 Menghitung Koefisien Jalur	118
4.7 Hasil dan Pembahasan.....	131
4.7.1 Hasil Deskriptif.....	131
4.7.2 Pembahasan Hipotesis.....	132
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	137
5.1 Kesimpulan.....	136
5.2 Saran.....	139
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	139
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	140
DAFTAR PUSTAKA.....	142
LAMPIRAN	145