DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Sampul Depan Skripsi i
Halaman Judul Skripsi ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme iii
Halaman Pengesahan Skripsi iv
Halaman Berita Acara Ujian Tugas Akhir/Skripsi v
Halaman Persembahan vi
Halaman Motto vii
Abstraksi viii
Kata Pengantar ix
Daftar Isi xi
Daftar Tabel xv
Daftar Gambar xvi
Daftar Lampiran xvii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah... 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Batasan Masalah 7
1.4 Tujuan Penelitin 7
1.5 Manfaat Penelitin 8
1.5.1 Manfaat Teoritis 8
1.5.2 Manfaat Praktis 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA 10

2.1 Penelitian Terdahulu 10
2.1.1 Sukma, Adi Abdurrahman (2012) 10
2.1.2 Geonardi (2013) 10
2.1.3 Baskara dan Hariyadi (2013) 12

2.1.4 Mujiyana Ingge Elissa (2013) 12
2.2 Landasan Teori 13
2.2.1 Perilaku Konsumen 13
2.2.2 Keputusan Pembelian 16
2.2.3 Proses Keputusan Pembelian 19
2.2.4 Keputusan Pembelian Online 21
2.2.5 Belanja Online 25
2.3 Pengembangan Hipotesis 28
2.3.1 Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Online ... 28
2.3.2 Keamana berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Online 30
2.3.3 Kualitas Pelayanan berpengaruh terhaap Keputusan Pembelian Online 30
2.3.4 Persepsi Resiko berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Online 31
2.4 Kerangka Pemikiran 32

BAB III METODE PENELITIAN 34

3.1 Jenis Penelitian 34
3.2 Lokasi Pnelitian 34
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 34
3.3.1 Variabel Independen 34
3.3.2 Variabel Dependen 36
3.4 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data 37
3.4.1 Kuisioner 37
3.4.2 Skala Likter 37
3.5 Uji Instrumen Penelitian 38
3.5.1 Uji Validitas 38
3.5.2 Uji Reabilitas 39
3.6 Data dan Teknik Pengumpulan Data 40
3.7 Populasi dan Sampel 41
3.7.1 Populasi 41
3.7.2 Sampel 41

3.7.3 Teknik Pengambilan Sampel 41
3.7.4 Penentuan Jumlah Sampel 42
3.8 Teknik Analisis Data 42
3.8.1 Analisis Deskriptif 43
3.8.2 Analisis Kuantitatif 43
3.8.3 Analisis Regresi Berganda 43
3.9 Pengujian Hipotesis 44
3.9.1 Uji F (Pengujian Secara Simultan) 44
3.9.2 Uji t (Pengujian Secara Parsial) 45

BAB IV ANALISIS HASIL PENEITIAN DAN PEMBAHASAN 47

4.1 Pengujian Instrumen Penelitian 48
4.1.1 Hasil Uji Validitas 48
4.1.2 Hasil Uji Realibilitas 49
4.2 Analisis Deskriptif 50
4.2.1 Identitas responden 50
4.2.2 Deskripsi data penelitian 59
4.3 Analisis Kuantitatif 66
4.3.1 Pengujian Asumsi Klasik 66
4.3.1.1 Pengujian Normalitas 66
4.3.1.2 Uji Multikolinearitas 67
4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas 68
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda 69
4.3.3 Koefisien Determinasi (R^2) 72
4.4 Pengujian Hipotesis 73
4.4.1 Pengujian Simultan (Uji F) 73
4.4.2 Pengujian Parsial (Uji t) 74
4.5 Pembahasan 77
4.5.1 Pengaruh antara Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian 77
4.5.2 Pengaruh antara Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online 78
4.5.3 Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online 80

4.5.4 Pengaruh antara Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Online 81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 83

5.1 Kesimpulan 83
5.2 Saran 84

DAFTAR PUSTAKA 87
LAMPIRAN 91

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

3.1. Hasil Uji Validitas 30 Responden 38
4.1. Hasil Uji Validitas 96 Responden 48
4.2. Hasil Uji Reabilitas Kinerja 50
4.3. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 51
4.4. Identitas Responden Berdasarkan Usia 52
4.5. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 53
4.6. Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku atau Peghasilan Perbulan 54
4.7. Identitas Responden Berdasarkan Sumber Menggunakan Internet 55
4.8. Identitas Responden Berdasarkan Fungsi Internet 56
4.9. Identitas Responden Berdasarkan Pembelian dalam sebulan terakhir 56
4.10. Identitas Responden Berdasarkan Perangkat Yang Digunakan 57
4.11. Identitas Responden Berdasarkan Tempat Mengakses 58
4.12. Identitas Responden Berdasarkan Momen Mengakses 59
4.13. Rata-rata Penilaian Responden Tentang Kepercayaan (*Trust*) 61
4.14. Rata-rata Penilaian Responden Tentang Keamanan (*Security*) 62
4.15. Rata-rata Penilaian Responden Tentang Kualitas Pelayanan (*Quality os Service*) 63
4.16. Rata-rata Penilaian Responden Tentang Persepsi Resiko (*Perceived Risk*) .. 64
4.17. Rata-rata Penilaian Responden Tentang Keputusan Pembelian 65
4.18. Hasil Uji Multikolinearitas 68
4.19. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 70
4.20. Koefisien Determinasi (R square) 72
4.21. Uji Hipotesis secara Simultan 73
4.22. Uji Hipotesis secara Parsial 74

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1. Model Perilaku Konsumen menurut Kotler dan Keller (2009) 16
2.2. Kerangka Pemikiran 32
4.1. Hasil Uji Normalitas 67
4.2. Hasil Uji Heteroskedatisitas 69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Halaman

1. Kuesioner 91
2. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas 30 Responden 95
3. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas 96 Responen 99
4. Hasil Analisis Deskriptif 103
5. Hasil Analisis Identitas 104
6. Hasil Analisis Regresi 107
7. Hasil Rekapitulasi Data Responden 108