DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN MENGESAHAN UJIAN iv

HALAMAN PERSEMBAHAN v

HALAMAN ABSTRAKSI vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1.Latar Belakang Masalah..... 1

1.2.Rumusan Masalah 5

1.3.Tujuan Penelitian 6

1.4.Manfaat Penelitian 7

1.4.1. Manfaat Akademis 7

1.4.2. Manfaat Praktis 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA 8

2.1.*E-servicescape*..... 10

2.2.Kepercayaan Pada Web..... 16

2.3.Niat Pembelian..... 18

2.4. Pengembangan Hipotesis 18

2.4.1. Pengaruh Daya Tarik Estetika terhadap Kepercayaan pada Website 18

2.4.2. Pengaruh Tata Letak dan Fungsi terhadap Kepercayaan pada Website 19

2.4.3. Pengaruh Keamanan Finansial terhadap Kepercayaan pada Website 20

2.4.4. Pengaruh Kepercayaan pada Website terhadap Niat Pembelian 22

2.5. Kerangka Penelitian 24

BAB III METODE PENELITIAN 25

3.1Obyek Penelitian 25

3.2. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data 25

3.3. Definisi Operasional Variabel 26

3.4. Populasi dan Sampel Penelitian……... . 29

3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas 30

3.4.1. Uji Validitas 30

3.4.2. Uji Reliabilitas 31

3.6. Analisis Deskriptif..... 31

3.7. Analisis Regresi Linier..... 32

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 42

4.2. Pengujian Instrumen Penelitian..... 43

4.2.1 Hasil Uji Validitas..... 43
4.2.2. Uji Kehandalan (Reliability Test) 44
4.3. Analisis Deskriptif..... 45
4.3.1. Karakteristik Responden..... 45
4.3.2. Penilaian Responden terhadap variabel Penelitian..... 49
4.4. Analisis Regresi 56
4.4.1. Pengaruh Daya tarik estetika, Tata letak fungsi dan Keamanan financial Terhadap Kepercayaan..... 56
4.4.1.1. Uji F..... 57
4.4.1.2 Analisis Parsial atau Uji t 58
4.4.1.3. Interpretasi Persamaan Regresi 59
4.4.1.4. Uji Asumsi Klasik 60
4.4.1.5. Interprestasi Koefisien Determinasi 63
4.4.1.6. Analisis Koefisien Determinasi Parsial……. 64
4.4.2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat pembelian..... 65
4.4.2.1 . Uji t..... 65
4.4.2.2. Interprestasi Persamaan Regresi..... 66
4.4.2.3. Uji Asumsi Klasik 66
4.3.1.4. Interprestasi Koefisien Determinasi……..... 69
4.4. Pembahasan dan Implikasi..... 69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 75

5.1. Kesimpulan..... 76

5.2. Saran 76

DAFTAR PUSTAKA 78

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas 43

Tabel 4.2. Ringkasan hasil pengujian reliabilitas..... 44

Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 45

Tabel 4.4. Umur Responden..... 46

Tabel 4.5. Tingkat pendidikan terakhir..... 47

Tabel 4.6. Pekerjaan Responden..... . 48

Tabel 4.7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan . 49

Tabel 4.8. Deskriptif Variabel Penelitian Daya tarik estetika 51

Tabel 4.9. Deskriptif Variabel Penelitian Tata letak fungsi 52

Tabel 4.10. Deskriptif Variabel Penelitian Keamanan financial 53

Tabel 4.11. Deskriptif Variabel Penelitian Kepercayaan..... .. 54

Tabel 4.12. Deskriptif Variabel Penelitian Niat pembelian..... 55

Tabel 4.13. Estimasi Regresi Linear Berganda..... . 57

Tabel 4.14. Uji Multikolonieritas Model 1..... 60

Tabel 4.15. Uji Ramsey Riset Mdoel 1..... . 63

Tabel 4.16. Uji Regresi Linier Sederhana Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat pembelian..... 65

Tabel 4.17. Uji Ramsey Riset Persamaan 2..... .. 68

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. Grafik perkembangan Pengunjung Website Zalora.co.id Tahun 2013-201 4

Gambar 2.2. Model penelitian Tran et.al (2012)..... 9

Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran..... 24

Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitas Model 1 61

Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas Model 1 62

Gambar 4.3. Uji Heteroskedastisitas2..... 67

Gambar 4.4. Hasil Uji Normalitas2..... 68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan (Kuesioner)

Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3. Analisis Regresi dan Asumsi

Lampiran 4. Karakteristik Responden dan Analisis Deskriptif

Lampiran 5. Skoring Data 100 Responden

Lampiran 6. Tabel - Tabel