UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Tata Lingkungan Layanan Daring dan Kepercayaan pada Niat Pembelian di Website Bukalapak**
Muhamad Andi Kurniawan, Bayu Sutikno, S.E., Cand.Merc., Ph.D.
**Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... i
HALAMAN PENGESAHAN ..... ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA ILMIAH ..... iii
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... iv
KATA PENGANTAR ..... vi
DAFTAR ISI ..... vii
DAFTAR TABEL ..... x
DAFTAR GAMBAR ..... xi
DAFTAR LAMPIRAN ..... xii
INTISARI ..... xiii
ABSTRACT ..... xiv
BAB 1 PENDAHULUAN ..... 1
1.1 Latar Belakang ..... 1
1.2 Rumusan Masalah ..... 6
1.3 Pertanyaan Penelitian ..... 7
1.4 Tujuan Penelitian ..... 7
1.5 Manfaat Penelitian ..... 8
1.6 Sistematika Penelitian ..... 9
BAB 2 LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ..... 11
2.1 Perdagangan Daring ..... 11
2.2 Tata Lingkungan Layanan (*Servicescape*) ..... 11
2.3 Tata Lingkungan Layanan Daring (*E-servicescape*) ..... 12
2.3.1 Daya Tarik Estetika ..... 14
2.3.2 Tata Letak dan Fungsi ..... 16
2.3.3 Keamanan Finansial ..... 18
2.3.4 Kepercayaan Terhadap Website ..... 20
2.3.1 Niat Pembelian ..... 24

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Tata Lingkungan Layanan Daring dan Kepercayaan pada Niat Pembelian di Website Bukalapak**
Muhamad Andi Kurniawan, Bayu Sutikno, S.E., Cand.Merc., Ph.D.
**Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

2.4 Kajian Penelitian Terdahulu ..... 25
2.5 Pengembangan Hipotesis ..... 29
2.5.1 Pengaruh Daya Tarik Estetika pada Kepercayaan Terhadap Website ..... 29
2.5.2 Pengaruh Tata Letak dan Fungsi pada Kepercayaan Terhadap Website ..... 30
2.5.3 Pengaruh Keamanan Finansial pada Kepercayaan Terhadap Website ..... 32
2.5.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Website pada Niat Pembelian ..... 33
2.6 Model Penelitian ..... 34
BAB 3 METODE PENELITIAN ..... 35
3.1 Strategi Penelitian ..... 35
3.2 Definisi Operasional ..... 35
3.2.1 Daya Tarik Estetika ..... 36
3.2.2 Tata Letak dan Fungsi ..... 37
3.2.3 Keamanan Finansial ..... 39
3.2.4 Kepercayaan Terhadap Website ..... 41
3.2.5 Niat Pembelian ..... 42
3.3 Desain Pengambilan Sampel ..... 42
3.3.1 Populasi dan Sampel ..... 42
3.3.2 Ukuran Sampel ..... 43
3.3.3 Lokasi Penelitian ..... 43
3.4 Obyek Penelitian ..... 44
3.5 Data dan Pengumpulan Data ..... 44
3.6 Instrumen Penelitian ..... 45
3.7 Metode Pengujian Data ..... 45
3.7.1 Pengujian Validitas ..... 45
3.7.2 Pengujian Reliabilitas ..... 47
3.8 Metode Analisis Data ..... 47
3.8.1 Statistik Deskriptif ..... 47
3.8.2 Uji Multikolinearitas ..... 47
3.8.3 Regresi Linier Sederhana dan Regresi Linier Berganda ..... 48
3.8.4 Pengembangan Formula Dasar ..... 48

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Tata Lingkungan Layanan Daring dan Kepercayaan pada Niat Pembelian di Website Bukalapak**
Muhamad Andi Kurniawan, Bayu Sutikno, S.E., Cand.Merc., Ph.D.
**Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

3.8.5 *Goodness of Fit* Model Penelitian ..... 49
3.8.6 Tingkat Signifikansi ..... 50
3.8.7 Pengujian Hipotesis ..... 51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 52
4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas ..... 52
4.1.1 Uji Validitas ..... 52
4.1.2 Uji Reliabilitas ..... 55
4.2 Profil Responden ..... 58
4.2.1 Jenis Kelamin ..... 58
4.2.2 Asal Domisili ..... 58
4.2.3 Usia ..... 59
4.2.4 Profesi ..... 60
4.2.5 Pengeluaran per Bulan ..... 61
4.3 Statistik Deskriptif ..... 62
4.4 Uji Multikolinearitas ..... 64
4.5 Pengujian Hipotesis ..... 65
4.5.1 Model Regresi I ..... 66
4.5.2 Model Regresi II ..... 68
4.6 Pembahasan ..... 69
BAB V SIMPULAN ..... 72
5.1 Simpulan ..... 72
5.2 Implikasi Manajerial ..... 73
5.3 Keterbatasan Penelitian ..... 74
5.4 Saran ..... 75
DAFTAR PUSTAKA ..... 76
LAMPIRAN ..... 83