

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah	5
I.3. Tujuan Penelitian	5
I.4. Manfaat Penelitian	5
I.5 Kerangka Penelitian	6
BAB II GAMBARAN UMUM	7
II.1. Kondisi Umum	7
II.2. Tinjauan Pustaka	8
II.2.1. E-commerce	8
II.2.2. Kepercayaan	9
II.2.3. Keputusan Pembelian	11
II.3. Keaslian Penelitian	13
II.4 Hipotesis	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
III.1. Desain Penelitian	25
III.2. Waktu dan Tempat Penelitian	25
III.3. Jenis dan Sumber Data	26
III.4. Teknik Pengumpulan Data	27
III.5. Populasi dan Sampel	28
III.6. Definisi Operasional Variabel	30
III.6.1. Variabel Kepercayaan (X)	30
III.6.2. Variabel Keputusan Pembelian (Y)	31
III.7. Teknik Analisis Data	31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
IV.1. Responden	34
IV.2. Hasil dan Analisis Data	39
IV.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X)	39
IV.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	41
IV.2.3. Uji Asumsi Klasik	43
IV.2.4. Analisis Regresi Linear Sederhana	48
IV.2.5. Pengujian Hipotesis	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
V.1. Kesimpulan	52
V.2. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57