

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Motto	v
Persembahan	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Abstrak	xiv
<i>Abstract</i>	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1. Manfaat Akademis.....	7
1.5.2. Manfaat Praktis.....	7
1.6. Sistematika Penulisan	8

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teori	9
---------------------------	---



2.1.1. <i>Service Blueprint</i>	9
2.1.2. <i>Serviscape</i>	12
2.1.3. <i>E- Serviscape</i>	15
2.2. Kepercayaan pada <i>Website</i>	20
2.2.1. Pengertian Kepercayaan	20
2.2.2. Dimensi Kepercayaan	21
2.2.3. Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	24
2.2.4. Kepercayaan pada <i>Website</i>	24
2.3. Niat Pembelian	26
2.4. Pengembangan Hipotesis	28
2.4.1. Pengaruh Daya Tarik Estetika terhadap Kepercayaan pada <i>Website</i>	28
2.4.2. Pengaruh Tata Letak dan Fungsi terhadap Kepercayaan pada <i>Website</i>	30
2.4.3. Pengaruh Keamanan Finansial terhadap Kepercayaan pada <i>Website</i>	32
2.4.4. Pengaruh Kepercayaan pada <i>Website</i> terhadap Niat Pembelian	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	36
3.2. Definisi Operasional	36
3.2.1. <i>E-serviscape</i>	37
3.2.1.1. Daya Tarik Estetika	37
3.2.1.2. Tata Letak dan Fungsi	39
3.2.1.3. Keamanan Finansial	43
3.2.2. Kepercayaan pada <i>Website</i>	45
3.2.3. Niat Pembelian	46
3.3. Desain Pengambilan Sampel	47
3.3.1. Populasi dan Sampel Penelitian	47



3.3.2. Ukuran Sampel	47
3.3.3. Metode Pengambilan Sampel	48
3.4. Data dan Pengumpulan Data	49
3.4.1. Data Primer	49
3.4.2. Instrumen Penelitian	50
3.5. Metode Pengujian Data.....	51
3.5.1. Pengujian Validitas.....	51
3.5.2. Pengujian Reliabilitas	55
3.6. Metode Analisis Data	56
3.6.1. Uji Asumsi Klasik	56
3.6.1.1. Uji Multikolinearitas	56
3.6.1.2. Uji Normalitas.....	58
3.6.2. Statistik Deskriptif.....	59
3.6.3. Uji T.....	59
3.6.4. Uji F.....	59
3.6.5. Uji Korelasi.....	60
3.6.6. Regresi Linear Sederhana dan Regresi Berganda.....	61
3.6.7. Merumuskan Persamaan Model	61
3.6.8. Pengujian Hipotesis	62

BAB IV ANALISIS DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

4.1. Hasil Pengumpulan Data	63
4.2. Analisis Karakteristik Responden.....	63
1. Jenis Kelamin	64
2. Usia.....	64
3. Tingkat Pendidikan Terakhir	65
4. Jenis Pekerjaan Responden.....	65
5. Lama Menjadi Pelanggan di Zalora.co.id.....	66
4.3. Analisis Deskriptif.....	67



4.4. Analisis Regresi Linear.....	69
4.4.1. Uji T	70
4.4.2. Uji F	71
4.4.3. Koefisien Determinasi ($Ajd.R^2$).....	72
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian dan Diskusi.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	79
B. Implikasi Manajerial	80
C. Keterbatasan Penelitian.....	82
D. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1. Hasil uji KMO dan Bartlett's <i>Test of Sphericity</i>	52
3.2. <i>Rotated Component Matrix</i>	53
3.3. Hasil Pengujian Reliabilitas	56
3.4. Hasil Perhitungan Multikolinearitas	57
3.5. Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov	58
4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	64
4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	65
4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	66
4.5. Lama Menjadi Pelanggan di Zalora.co.id.....	66
4.6. Deskriptif Variabel Penelitian	67
4.7. Hasil Analisis Regresi	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Model Penelitian.....	35