



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Lingkup Penelitian	8
1.6. Kontribusi Penelitian	8



1.7. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
2.1. E-Dagang	11
2.2. Kualitas Website yang Dipersepsikan	12
2.3. Manfaat yang Dipersepsikan.....	13
2.4. Getok Tular Elektronik	14
2.5. Kepercayaan	15
2.6. Sikap Terhadap Belanja Daring	15
2.7. Kajian Penelitian Terdahulu.....	17
2.8. Rumusan Hipotesis.....	19
2.8.1. Kualitas Website yang Dipersepsikan dan Manfaat yang Dipersepsikan.....	19
2.8.2. Kualitas Website yang Dipersepsikan dan Getok Tular Elektronik	20
2.8.3. Kualitas Website yang Dipersepsikan dan Kepercayaan	21
2.8.4. Kualitas Website yang Dipersepsikan dan Sikap Terhadap Belanja Daring	22
2.8.5. Getok Tular Elektronik dan Kepercayaan.....	23
2.8.6. Manfaat yang Dipersepsikan dan Sikap Terhadap Belanja Daring	23



2.8.7. Kepercayaan dan Sikap Terhadap Belanja Daring	24
2.9. Model Penelitian	25
BAB III METODA PENELITIAN	27
3.1. Desain Penelitian	27
3.2. Desain Pengambilan Sampel	27
3.2.1. Metoda Pengambilan Sampel	27
3.2.2. Populasi dan Sampel.....	28
3.2.3. Unit Sampel	29
3.2.4. Ukuran Sampel	29
3.3. Metoda Pengumpulan Data	30
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran	31
3.4.1. Sikap Terhadap Belanja Daring.....	31
3.4.2. Kepercayaan.....	31
3.4.3. Kualitas Website yang Dipersepsikan	32
3.4.4. Getok Tular Elektronik.....	33
3.4.5. Manfaat yang Dipersepsikan	33
3.5. Pengujian Instrumen.....	34
3.5.1. Pengujian Validitas.....	34
3.5.2. Pengujian Reliabilitas.....	35
3.6. Pra-Uji Instrumen Penelitian	36



3.7. Metoda Analisis Data	38
3.7.1. Uji Multikolinearitas	38
3.7.2. Goodness of Fit Model Penelitian.....	38
3.7.3. Pengujian Hipotesis	39
BAB IV ANALISIS DATA	41
4.1. Karakteristik Responden.....	41
4.1.1 Jumlah Transaksi Membeli Pada Situs Daring	43
4.1.2 Situs Daring yang Pernah Dikunjungi untuk Belanja Daring..	43
4.1.3 Situs Daring Paling Sering Dikunjungi untuk Belanja Daring .	44
4.1.4 Produk yang Dibeli Pada Situs Daring	45
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
4.2.1 Uji Validitas	46
4.2.2 Uji Reliabilitas	47
4.3. Uji Multikolinearitas	49
4.4. Statistik Deskriptif	49
4.5. Uji Hipotesis	52
4.5.1. Uji Hipotesis Pertama	52
4.5.2. Uji Hipotesis Kedua	53
4.5.3. Uji Hipotesis Ketiga dan Hipotesis Kelima.....	54



4.5.4. Uji Hipotesis Keempat, Hipotesis Keenam, dan Hipotesis	
Ketujuh	56
4.6. Analisis dan Pembahasan	58
4.6.1. Kualitas Website yang Dipersepsikan dan Manfaat yang	
Dipersepsikan	58
4.6.2. Kualitas Website yang Dipersepsikan dan Getok Tular	
Elektronik	59
4.6.3. Kualitas Website yang Dipersepsikan dan Kepercayaan.....	60
4.6.4. Kualitas Website yang Dipersepsikan dan Sikap Terhadap	
Belanja Daring	60
4.6.5. Getok Tular Elektronik dan Kepercayaan	61
4.6.6. Manfaat yang Dipersepsikan dan Sikap Terhadap Belanja	
Daring	61
4.6.7. Kepercayaan dan Sikap Terhadap Belanja Daring.....	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Simpulan.....	64
5.2. Keterbatasan Penelitian	66
5.3. Saran.....	66
5.4. Implikasi Manajerial.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	73



Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	73
Lampiran 2. Uji Validitas	80
Lampiran 3. Uji Reliabilitas	81
Lampiran 4. Karakteristik Responden	84
Lampiran 5. Statistik Deskriptif	86
Lampiran 6. Analisis Regresi	87