

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Lingkup Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Praktis Penelitian	10
1.7 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Kualitas situs	13
2.1.2 Getok tular pasif dan aktif daring	15
2.1.3 Manfaat	18
2.1.4 Kepercayaan.....	19
2.1.5 Sikap terhadap belanja daring	20
2.1.6 Perilaku pembelian	20
2.2 Pengembangan Hipotesis	20
2.2.1 Hubungan antara kualitas situs dan manfaat	20
2.2.2 Hubungan antara kualitas situs konsumen pada toko daring di Instagram dan getok tular pasif daring.....	21

2.2.3	Hubungan antara kualitas situs konsumen pada toko daring di Instagram dan getok tular aktif daring	22
2.2.4	Hubungan antara kualitas situs konsumen pada toko daring di Instagram dan kepercayaan	22
2.2.5	Hubungan antara kualitas situs konsumen pada toko daring di Instagram dan sikap terhadap belanja daring	23
2.2.6	Hubungan antara getok tular pasif daring dan kepercayaan konsumen pada toko daring di Instagram	23
2.2.7	Hubungan antara getok tular aktif daring dan kepercayaan konsumen pada toko daring di Instagram	24
2.2.8	Hubungan antara manfaat pada sikap terhadap belanja daring	24
2.2.9	Hubungan antara kepercayaan konsumen pada toko daring di Instagram dan sikap terhadap belanja daring	25
2.2.10	Hubungan sikap terhadap belanja daring dan perilaku pembelian ..	25
2.3	Model dan Mekanisme Teoretis	26
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Pendekatan Penelitian	29
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran	30
3.3	Desain Pengambilan Sampel	32
3.3.1	Unit sampel	32
3.3.2	Ukuran sampel.....	33
3.3.3	Lokasi penelitian	33
3.4	Objek Penelitian	34
3.5	Metode Pengumpulan Data	34
3.6	Instrumen Penelitian	34
3.7	Pengujian Instrumen	36
3.7.1	Uji validitas	36
3.7.2	Uji reliabilitas	37
3.8	Analisis Data	37
3.8.1	Metode analisis data	37
3.8.2	Uji multikolinearitas	38
3.8.3	<i>Goodness of fit</i>	38
3.8.4	Tingkat signifikansi	39
BAB IV PEMBAHASAN		40

4.1	Profil Responden	40
4.1.1	Jenis kelamin	40
4.1.2	Usia	41
4.1.3	Pendidikan terakhir	41
4.1.4	Pekerjaan	42
4.1.5	Pengeluaran per bulan	42
4.1.6	Domisili	43
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	44
4.2.1	Uji validitas	44
4.2.2	Uji reliabilitas	48
4.3	Uji Multikolinearitas	49
4.4	Statistik Deskriptif	51
4.5	Uji Hipotesis	52
4.5.1	Hasil pengujian H1	53
4.5.2	Hasil pengujian H2	54
4.5.3	Hasil pengujian H3	55
4.5.4	Hasil pengujian H4, H6, dan H7	56
4.5.5	Hasil pengujian H5, H8, dan H9	58
4.5.6	Hasil pengujian H10	60
4.6	Pembahasan	61
4.6.1	Hipotesis 1 (H1)	61
4.6.2	Hipotesis 2 (H2)	61
4.6.3	Hipotesis 3 (H3)	62
4.6.4	Hipotesis 4 (H4)	63
4.6.5	Hipotesis 5 (H5)	63
4.6.6	Hipotesis 6 (H6)	64
4.6.7	Hipotesis 7 (H7)	64
4.6.8	Hipotesis 8 (H8)	65
4.6.9	Hipotesis 9 (H9)	66
4.6.10	Hipotesis 10 (H10)	66
4.7	Ringkasan Uji Hipotesis	67
BAB V PENUTUP		70

5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Implikasi Manajerial	71
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	73
	DAFTAR PUSTAKA	75
	LAMPIRAN	79