

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Ruang Lingkup Batasan Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan.....	7

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Perilaku Konsumen	9
2.2. Persepsi.....	11
2.3. Keputusan Pembelian	13
2.4. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Bisnis <i>Online</i>	14
2.5. Kualitas Informasi	18
2.6. Kemudahan Penggunaan	19
2.7. Karakteristik Produk	20
2.8. Hipotesis Penelitian.....	21

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Desain Penelitian	24
3.2. Definisi Operasional Variabel	24
3.2.1. Variabel Kualitas Informasi (X_1).....	25
3.2.2. Variabel Kemudahan Penggunaan (X_2).....	25
3.2.3. Variabel Karakteristik Produk (X_3)	26
3.2.4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)	27
3.3. Populasi dan Sampel	28
3.3.1. Populasi.....	28
3.3.2. Sampel.....	28
3.4. Metode Pengumpulan Data	29
3.5. Instrumen Penelitian.....	30

3.6. Pengujian Instrumen Penelitian.....	30
3.6.1. Uji Validitas	31
3.6.2. Uji Reliabilitas	34
3.7. Metode Analisis Data	35
3.7.1. Metode Persamaan Regresi Linier Berganda.....	35
3.7.2. Uji Asumsi Klasik.....	36
3.7.3. Pengujian Hipotesis	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Instrumen	40
4.1.1. Uji Validitas pada Sampel Besar	40
4.1.2. Uji Reliabilitas pada Sampel Besar	43
4.2. Karakteristik Responden	44
4.3. Statistik Deskriptif	47
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	49
4.4.1. Uji Normalitas.....	49
4.4.2. Uji Multikolonieritas.....	50
4.5. Pengujian Hipotesis.....	51
4.5.1. Koefisien Determinasi dan Adjusted R Square	51
4.5.2. Hasil Uji F	52
4.5.3. Uji Statistik t	53
4.5.4. Hasil Pengujian Hipotesis 1.....	55
4.5.5. Hasil Pengujian Hipotesis 2.....	56
4.5.6. Hasil Pengujian Hipotesis 3.....	56

4.6. Pembahasan	57
-----------------------	----

BAB V KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan	60
5.2. Keterbatasan Penelitian	62
5.3. Saran.....	62
Daftar Pustaka.....	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Hasil Uji KMO dan Barlett Tahap 1 (74 Responden)	33
Tabel 3.2 <i>Rotated Component Matrix</i> 74 Responden	33
Tabel 3.3 Tabel Uji Reliabilitas 74 Responden	35
Tabel 4.1 Hasil Uji KMO dan Barlett 200 Responden (Uji Pertama)	40
Tabel 4.2 Hasil <i>Rotated Component Matrix</i> (Seleksi Pertama)	41
Tabel 4.3 Hasil KMO dan Barlett (Uji Kedua)	42
Tabel 4.4 <i>Rotated Component Matrix</i> (Seleksi Kedua)	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas (Uji Kedua)	44
Tabel 4.6 Data Karakteristik Responden	44
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	51
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.10 Uji Statistik F ANOVA	52
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>t</i>	53
Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jenis Situs Belanja <i>Online</i> yang Paling Digemari	2
Gambar 1.2 Jenis Situs Berjualan <i>Online</i> yang Paling Digemari.....	3
Gambar 1.3 <i>Platform</i> Media Sosial Terpopuler di Indonesia Tahun 2015 ..	3
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	10
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	14
Gambar 2.3 Hipotesis Penelitian	23
Gambar 4.1 Uji Normalitas P-Plot	50
Gambar 4.2 Bagan Hasil Uji Hipotesis	59

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	1-1
Lampiran 2 Uji Validitas Tahap 1 (74 Responden)	2-1
Lampiran 3 Uji Reliabilitas Tahap 1 (74 Responden).....	3-1
Lampiran 4 Data Responden Sampel Besar (200 Responden).....	4-1
Lampiran 5 Uji Validitas Tahap 2 (200 Responden)	5-1
Lampiran 6 Uji Reliabilitas Tahap 2 (200 Responden).....	6-1
Lampiran 7 Statistik Deskriptif, Uji Normalitas dan Multikolinieritas.....	7-1
Lampiran 8 Analisis Regresi dan Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	8-1