

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	10
1.3    Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.3.1    Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2    Manfaat Penelitian .....	11
1.4    Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
2.1    Landasan Teori .....	14
2.1.1    Perilaku Konsumen .....	14
2.1.2 <i>Purchase Intention</i> .....	16
2.1.3 <i>E-Trust</i> .....	23
2.1.4 <i>E-servicescape</i> .....	24
2.1.5 <i>Online Customer Review</i> .....	26
2.2    Hubungan Antar Variabel.....	27
2.2.1    Hubungan <i>Aesthetic Appeal</i> terhadap <i>E-Trust</i> .....	27
2.2.2    Hubungan <i>Layout and Functionality</i> terhadap <i>E-Trust</i> .....	28
2.2.3    Hubungan <i>Financial Security</i> terhadap <i>E-Trust</i> .....	29
2.2.4    Hubungan <i>Online Customer Review</i> terhadap <i>E-Trust</i> .....	29

2.2.5	Hubungan <i>E-Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	30
2.3	Penelitian Terdahulu.....	31
2.4	Kerangka Pemikiran .....	35
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	37
3.1.1	Variabel Penelitian .....	37
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	37
3.2	Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1	Populasi .....	40
3.2.2	Sampel.....	41
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	42
3.3.1	Data Primer .....	42
3.3.2	Data Sekunder .....	42
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	42
3.5	Metode Analisis.....	43
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	49
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
4.1.2	Gambaran Umum Responden .....	49
4.2	Uji Instrumen.....	54
4.3	Analisis Data .....	57
4.3.1	Uji Asumsi SEM .....	57
4.3.2	Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ) .....	68
4.3.3	Analisis Full Model Structural Equation Model (SEM) .....	81
4.4	Uji Hipotesis.....	83
4.5	Analisis <i>Direct Effects, Indirect Effects, dan Total Effects</i> .....	87
4.6	Pembahasan .....	89
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>91</b>
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Implikasi Teoritis.....	92
5.3	Implikasi Manajerial.....	94
5.4	Keterbatasan Penelitian .....	102

5.5	Saran bagi Penelitian Mendatang .....	103
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>108</b>