

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian	15
1.3.2 Manfaat Penelitian	15
1.4 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II.....	18
TELAAH PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	18
2.1.2 Pengertian Pemasaran <i>Online</i>	19
2.1.3 Keputusan Pembelian	20
2.1.4 Minat Beli	23
2.1.4.1 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.1.5 Kepercayaan.....	26
2.1.5.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli	30

2.1.6	Kualitas Website	32
2.1.6.1	Pengaruh Kualitas Website Terhadap Minat Beli.....	35
2.1.7	Iklan Online	37
2.1.7.1	Pengaruh Iklan Online Terhadap Minat Beli	46
2.2	Penelitian Terdahulu.....	49
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	52
2.4	Hipotesis	53
BAB III		55
METODE PENELITIAN.....		55
3.1	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	55
3.1.1	Variabel Penelitian.....	55
3.1.2	Definisi Operasional Variabel	56
3.2	Populasi Dan Sampel.....	60
3.2.1	Populasi.....	60
3.2.2	Sampel	61
3.3	Jenis dan Sumber Data	63
3.3.1	Jenis Data.....	63
3.3.2	Sumber Data	63
3.4	Metode Pengumpulan Data	64
3.5	Metode Analisis Data	66
3.5.1	Analisis Deskriptif	66
3.5.2	Analisis Kuantitatif	67
3.5.2.1	Uji Validitas.....	68
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	69
3.6	Uji Asumsi Klasik	70
3.6.1	Uji Normalitas.....	70
3.6.2	Uji Multikolinieritas.....	71
3.6.3	Uji Heteroskedastisitas	72
3.7	Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
3.8	Uji Hipotesis (Uji Goodness of Fit).....	74

3.8.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74
3.8.2 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	74
3.8.3 Uji Statistik Parsial (Uji t).....	75
BAB IV	77
HASIL DAN ANALISIS	77
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	77
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	77
4.2 Gambaran Umum Responden.....	78
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4.2.2 Deskripsi Berdasarkan Usia	79
4.2.3 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan.....	80
4.2.4 Deskripsi Berdasarkan Sumber Mengetahui Situs Tiket.com.....	81
4.2.5 Deskripsi Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Bulanan.....	82
4.3 Analisis Deskriptif Data Responden	83
4.3.1 Variabel Iklan Online	84
4.3.2 Variabel Kualitas Website.....	86
4.3.3 Variabel Kepercayaan	87
4.3.4 Variabel Minat Beli.....	89
4.3.5 Variabel Keputusan Pembelian	90
4.4 Uji Kualitas Data	92
4.4.1 Uji Validitas	92
4.4.2 Uji Reliabilitas	96
4.5 Uji Asumsi Klasik	98
4.5.1 Uji Normalitas	98
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	102
4.5.3 Uji Heteroskedesitas.....	103
4.6 Uji Regresi Linier Berganda.....	106
4.7 Uji Hipotesis.....	109
4.7.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	109
4.7.2 Uji Signifikansi Keseluruhan Dari Regresi (Uji F)	110

4.7.3 Uji Statistik Parameter Individual (Uji t).....	112
4.8 Interpretasi Hasil	114
4.8.1 H1: Iklan Online Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli (H1 diterima).....	114
4.8.2 H2: Kualitas Website Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli (H2 diterima)	115
4.8.3 H3: Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli (H3 ditolak)	117
4.8.4 H4: Minat Beli Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian (H4 diterima).....	119
BAB V.....	122
PENUTUP.....	122
5.1 Kesimpulan.....	122
5.2 Implikasi Teoritis	126
5.3 Implikasi Manajerial.....	128
5.4 Keterbatasan Penelitian	130
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	130
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN.....	139
a. Kuesioner.....	139
b. Data Responden.....	148
c. Hasil SPSS	158