

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Kegunaan Penelitian.....	18
1.3.1 Tujuan Penelitian	18
1.3.2 Manfaat Penelitian	19
1.4 Sistematika Penulisan Skripsi	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 Perilaku Konsumen	22
2.1.2 <i>E-commerce</i>	23
2.1.3 Keputusan Pembelian	26
2.1.4 Minat Beli	30
2.1.5 Kegunaan Yang Dirasakan	31
2.1.6 Kemudahan Penggunaan	32

2.17 Kepercayaan Konsumen.....	34
2.2 Pengaruh antar Variabel	36
2.2.1 Pengaruh antara minat beli terhadap keputusan pembelian	36
2.2.2Pengaruh antara kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian	37
2.2.3 Pengaruh antara kepercayaan konsumen terhadap minat beli	38
2.2.4 Pengaruh antara kemudahan penggunaan terhadap minat beli....	40
2.2.5 Pengaruh antara kegunaan yang dirasakan terhadap minat beli	41
2.3 Penelitian Terdahulu	43
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	49
2.5 Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	51
3.1.1 Variabel Penelitian	51
3.1.2 Definisi Operasional.....	52
3.2 Penentuan Populasi Dan Sampel	53
3.2.1 Populasi	53
3.2.2 Sampel	54
3.3 Jenis Dan Sumber Data	55
3.3.1 Data Primer	55
3.3.2 Data Sekunder	56
3.4 Metode Pengumpulan Data	56
3.5 Metode Analisis	58
1. Uji Validitas	59
2. Uji Reliabilitas	59
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	60

3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	61
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	61
3.5.2.4 Analisis Regresi Berganda	62
3.10 Uji Goodness Of Fit	63
3.10.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64
3.10.2 Uji Simultan (Uji-F)	64
3.10.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t)	66
3.11 Uji Sobel	68
BAB IV PEMBAHASAN.....	69
4.1 Gambaran Umum Penelitian	69
4.1.1 Gambaran Umum Zalora.co.id	60
4.2 Gambaran Umum Responden.....	71
4.2.1 Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Umur Terhadap Jenis Kelamin.....	72
4.2.2 Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan Terhadap Jenis Kelamin.....	73
4.2.3 Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran Terhadap Jenis Kelamin.....	74
4.2.4 Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Transaksi Pembelian.....	75
4.3 Analisis Kuantitatif	75
4.3.1 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kegunaan Yang Dirasakan	74
4.3.2 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kemudahan Penggunaan	79
4.3.3 Tanggapan Responden Berdasarkan Kepercayaan Konsumen.....	82
4.3.4 Tanggapan Responden Berdasarkan Minat Beli.....	84
4.3.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	86
4.4 Analisis Data	89

4.4.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	89
1. Uji Validitas	89
2. Uji Reliabilitas	90
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	91
1. Uji Normalitas	91
2. Uji Multikolinieritas	94
3. Uji Heteroskedasitas	95
4.4.3 Analisis Regresi Berganda	97
4.4.4 Uji Hipotesis	101
1. Uji t	101
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	104
3. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	106
4.4.5 Uji Sobel	108
4.5 Pembahasan	111
BAB V PENUTUP	122
5.1 Kesimpulan	122
5.1.1 Kesimpulan Hasil Penelitian Penelitian	122
5.2 Keterbatasan Penelitian	124
5.3 Saran	125
5.3.1 Bagi Perusahaan	125
5.3.2 Bagi Penelitian yang Akan Datang	127
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN-LAMPIRAN	