

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	14
1.4 Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 <i>Grand Theory</i>	17
2.2 Variabel Yang Digunakan Dalam Penelitian.....	19
2.2.1 Kemudahan Penggunaan	19
2.2.2 Pengalaman Sebelumnya.....	21
2.2.3 Kepercayaan Konsumen.....	24
2.2.4 Persepsi Harga	29
2.2.5 Minat Beli	34
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	36
2.3.1 Kemudahan Penggunaan dengan Minat Beli	36
2.3.2 Pengalaman Sebelumnya dengan Minat Beli	38
2.3.3 Kepercayaan Konsumen dengan Minat Beli	39
2.3.4 Persepsi Harga dengan Minat Beli	41
2.4 Penelitian Terdahulu.....	43
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	44
2.6 Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	47
3.1.1 Variabel Penelitian	47
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	48

3.2	Populasi dan Sampel.....	49
3.2.1	Populasi	49
3.2.2	Sampel	49
3.3	Jenis dan Sumber Data	50
3.4	Metode Pengumpulan Data	51
3.5	Metode Analisis Data	52
3.5.1	Uji Validitas dan Reabilitas.....	53
3.5.1.1.	Uji Validitas	53
3.5.1.2.	Uji Reabilitas.....	53
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	54
3.5.2.1.	Uji Normalitas.....	54
3.5.2.2.	Uji Multikolinieritas.....	55
3.5.2.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	55
3.5.3	Uji Regresi Linier Berganda.....	56
3.5.4	Pengujian Hipotesis (<i>Goodness of Fit</i>).....	57
3.5.4.1.	Uji F (Uji Simultan)	57
3.5.4.2.	Uji Statistik t (Uji Parsial).....	59
3.5.4.3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	61
4.1.1	Responden Berdasarkan Usia Terhadap Jenis Kelamin	62
4.1.2	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terhadap Jenis Kelamin	63
4.1.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan Terhadap Jenis Kelamin	64
4.1.4	Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	65
4.1.5	Responden Berdasarkan Intensitas Belanja Online Terhadap Jenis Kelamin	66
4.2	Deskripsi Penelitian.....	67
4.2.1	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan	69
4.2.2	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Pengalaman Sebelumnya.....	71
4.2.3	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Konsumen.....	73
4.2.4	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga	74
4.2.5	Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Beli	75
4.3	Analisis Data	77
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	77
4.3.1.1	Uji Validitas	77
4.3.1.2	Uji Reliabilitas	78

4.3.2 Uji Asumsi Klasik	79
4.3.2.1 Uji Normalitas	79
4.3.2.2 Uji Multikolonieritas	81
4.3.2.3 Uji Heterokedasitas	83
4.3.3 Analisis Regresi Berganda.....	84
4.3.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	86
4.3.4.1 Uji Simultan (uji F).....	86
4.3.4.2 Uji Parsial (Uji t).....	87
4.3.4.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	89
4.4 Interpretasi Hasil.....	90
4.4.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli	90
4.4.2 Pengaruh Pengalaman Sebelumnya Terhadap Minat Beli	91
4.4.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli	92
4.4.4 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.....	93
BAB V PENUTUP	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Keterbatasan Penelitian	100
5.3 Saran	101
5.3.1 Implikasi Kebijakan	101
5.3.1 Saran Penelitian Mendatang	104
DAFTAR PUSTAKA	105
DAFTAR LAMPIRAN	111