

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	14
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	15
1.4 Sistematika Penelitian .....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori .....	18
2.1.1 E-Commerce dan C2C E-Commerce.....	18
2.1.2 Minat Beli .....	21

2.1.3	Keputusan Pembelian .....	22
2.1.4	Keamanan .....	26
2.1.5	Kemudahan .....	27
2.1.6	Kepercayaan Konsumen .....	29
2.1.7	Pengalaman Berbelanja.....	32
2.2	Penelitian Terdahulu.....	34
2.3	Keterkaitan antar Variabel Penelitian dan Pengembangan Hipotesis ..	36
2.3.1	Keterkaitan antara Keamanan dengan Minat Beli .....	36
2.3.2	Keterkaitan antara Kemudahan Bertransaksi dengan Minat Beli ....	37
2.3.3	Keterkaitan antara Kepercayaan Konsumen dengan Minat Beli .....	38
2.3.4	Keterkaitan antara Pengalaman Berbelanja dengan Minat Beli .....	39
2.4	Kerangka Penelitian Teoritis .....	40
2.5	Hipotesis .....	42
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	44
3.1.1	Variabel Penelitian.....	44
3.1.2	Definisi Operasional .....	44
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	46
3.2.1	Populasi.....	46
3.2.2	Sampel .....	46
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	48
3.3.1	Data Primer .....	48
3.3.2	Data Sekunder.....	48
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	48
3.5	Analisis Deskriptif per Variabel.....	49

3.6	Metode Analisis.....	51
3.6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
3.6.1.1	Uji Validitas.....	51
3.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	51
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.6.2.1	Uji Normalitas.....	52
3.6.2.2	Uji Multikolinieritas.....	53
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
3.6.4	Uji Goodness of Fit.....	55
3.6.4.1	Koefisien Determinasi (Uji <b>R<sup>2</sup></b> ).....	55
3.6.4.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	56
3.6.4.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t).....	57
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1	Gambaran Umum Responden.....	59
4.2	Analisis Indeks Jawaban Responden Per Variabel.....	62
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan (X1).....	63
4.2.2	Tanggapan Responden terhadap Kemudahan Bertransaksi (X2)....	65
4.2.3	Tanggapan Responden terhadap Kepercayaan Konsumen (X3).....	67
4.2.4	Tanggapan Responden terhadap Pengalaman Berbelanja (X4).....	68
4.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli (Y).....	70
4.3	Analisis Data.....	72
4.3.1	Uji Instrumen Data.....	72
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	74
4.3.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	80

4.3.4	Uji Goodness of Fit.....	82
BAB V	PENUTUP.....	86
5.1	Kesimpulan.....	86
5.2	Saran.....	88
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	91
5.4	Agenda Penelitian Mendatang.....	92