

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Preferensi Pembelian <i>Online</i>	15
2.2 Pengalaman.....	16
2.3 Persepsi Manfaat.....	19
2.4 Kepercayaan.....	21
2.5 Belanja <i>Online</i>	23
2.5.1. Keuntungan Belanja <i>Online</i>	24

	2.5.2. Kelemahan Belanja <i>Online</i>	24
	2.6 Model Penelitian.....	26
BAB III	METODE PENELITIAN.....	29
	3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	29
	3.1.1. Variabel Penelitian.....	29
	3.1.2. Definisi Operasional Variabel.....	30
	3.2 Populasi dan Sampel.....	32
	3.2.1. Populasi.....	32
	3.2.2. Sampel.....	33
	3.3 Jenis dan Sumber Data.....	34
	3.4 Metode Pengumpulan Data.....	34
	3.5 Metode Analisis Data.....	35
	3.5.1. Analisis Indeks Jawaban Responden.....	35
	3.5.2. Uji Kualitas Data.....	36
	3.5.2.1. Uji Validitas.....	36
	3.5.2.2. Uji Reliabilitas.....	37
	3.5.3. Uji Asumsi Klasik.....	37
	3.5.3.1. Uji Normalitas.....	37
	3.5.3.2. Uji Multikolinearitas.....	38
	3.5.3.3. Uji Heterokedstisitas.....	39
	3.5.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
	3.6 Pengujian Hipotesis.....	41
	3.6.1. Uji t.....	41
	3.6.2. Uji F.....	42
	3.6.3. Koefisien Determinan (R^2).....	42
	3.7 Uji Pengaruh Variabel Intervening.....	43

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
	4.1 Hasil Penelitian.....	45
	4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	45
	4.1.2. Analisis Indeks Jawaban Responden.....	49
	4.1.2.1. Deskripsi Variabel Pengalaman (X1).....	50
	4.1.2.2. Deskripsi Variabel Persepsi Manfaat (X2).....	51
	4.1.2.3. Deskripsi Variabel Kepercayaan (Y1).....	52
	4.1.2.4. Deskripsi Variabel Preferensi Pembelian <i>Online</i>	53
	4.1.3. Hasil Uji Instrumen.....	54
	4.1.3.1. Uji Validitas.....	54
	4.1.3.2. Uji Reliabilitas.....	57
	4.1.4. Hasil Analisis Model I.....	60
	4.1.4.1. Uji Asumsi Klasik.....	60
	4.1.4.1.1. Uji Normalitas Data.....	60
	4.1.4.1.2. Uji Multikolinieritas.....	61
	4.1.4.1.3. Uji Heteroskedastisitas.....	62
	4.1.4.2. Hasil Regresi Model I.....	64
	4.1.4.2.1. Uji Model Fit / Koefisien Determinasi.....	64
	4.1.4.2.2. Uji F.....	65
	4.1.4.2.3. Uji t.....	65
	4.1.5. Hasil Analisis Model II.....	67
	4.1.5.1. Uji Asumsi Klasik.....	67
	4.1.5.1.1. Uji Normalitas Data.....	67

4.1.5.1.2. Uji Multikolinieritas.....	68
4.1.5.1.3. Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.1.5.2. Hasil Regresi Model II.....	71
4.1.5.2.1. Uji Model Fit / Koefisien Determinasi.....	71
4.1.5.2.2. Uji F.....	72
4.1.5.2.3. Uji t.....	72
4.1.6. Uji Hipotesis.....	74
4.1.7. Uji Pengaruh Intervening.....	77
4.2 Pembahasan.....	79
4.2.1. Pengaruh Pengalaman Terhadap Kepercayaan.....	80
4.2.2. Pengaruh Pengalaman Terhadap Preferensi Pembelian <i>Online</i>	81
4.2.3. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Kepercayaan.....	81
4.2.4. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Preferensi Pembelian <i>Online</i>	82
4.2.5. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Preferensi Pembelian <i>Online</i>	83
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Kesimpulan Hipotesis.....	84
5.1.1. Kesimpulan Hipotesis 1.....	84
5.1.2. Kesimpulan Hipotesis 2.....	85
5.1.3. Kesimpulan Hipotesis 3.....	85
5.1.4. Kesimpulan Hipotesis 4.....	86
5.1.5. Kesimpulan Hipotesis 5.....	86
5.2 Kesimpulan Mengenai Masalah Penelitian.....	86

5.3 Implikasi Teoritis.....	88
5.4 Saran – saran.....	91
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	92
5.6 Agenda Penelitian Mendatang.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	97