

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Perilaku Konsumen	11
2.2 Keputusan Pembelian.....	18
2.2.1 Keputusan Mengakses.....	23
2.3 Promosi	24
2.4 Mutu Produk	28
2.4.1 Mutu <i>Website</i>	33
2.5 Reputasi Perusahaan	35
2.6 Penelitian Terdahulu	37
2.7 Kerangka pemikiran.....	40
2.8 Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	42
3.1.1 Variabel Penelitian	42
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	43
3.1.2.1 Variable Terikat.....	43
3.1.2.2 Variable Bebas	44

3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.2.1	Populasi	46
3.2.2	Sampel	46
3.3	Jenis dan Sumber data	47
3.3.1	Data Primer	47
3.3.2	Data Sekunder	48
3.4	Metode Pengumpulan Data	48
3.4.1	Observasi	48
3.4.2	Kuesioner	48
3.5	Metode Analisis Data	49
3.5.1	Deskriptif	49
3.5.2	Kuantitatif	51
3.5.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
3.5.3.1	Uji Validitas	52
3.5.3.2	Uji Reliabilitas	52
3.5.4	Uji Asumsi Klasik	53
3.5.4.1	Uji Multikolinieritas	53
3.5.4.2	Uji Heteroskedastisitas	54
3.5.4.3	Uji Normalitas	54
3.5.5	Analisis Regresi Linear Berganda	55
3.5.6	Menilai <i>Goodness of Fit</i> suatu Model	56
3.5.6.1	Uji F	56
3.5.6.2	Uji t	57
3.5.6.3	Koefisien Determinasi	58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Objek Penelitian	60
4.1.1	Profil Perusahaan	60
4.1.2	Gambaran Umum Responden	64
4.1.2.1	Responden Menurut Jenis Kelamin	65
4.1.2.2	Responden Menurut Alamat	65
4.1.2.3	Responden Menurut Umur	66
4.1.2.4	Responden Menurut Pekerjaan	67
4.2	Analisis Data dan Interpretasi Hasil	67
4.2.1	Deskripsi Jawaban Responden	67
4.2.1.1	Deskripsi Variabel Promosi	69
4.2.1.2	Deskripsi Variabel Mutu <i>Website</i>	71
4.2.1.3	Deskripsi Variabel Reputasi Perusahaan	74
4.2.1.4	Deskripsi Variabel Keputsan Mengakses	76

4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	79
4.2.2.1	Uji Validitas.....	79
4.2.2.2	Uji Reliabilitas.....	80
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	81
4.2.3.1	Uji Multikolinieritas	81
4.2.3.2	Uji Heteroskedastisitas	82
4.2.3.3	Uji Normalitas	83
4.2.4	Analisis Regresi Linier Berganda	85
4.2.5	Pengujian Model	88
4.2.5.1	Uji F.....	86
4.2.5.2	Uji t.....	87
4.2.5.3	Koefisien Determinan (R^2).....	88
4.3	Pembahasan.....	90
4.3.1	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Mengakses ..	90
4.3.2	Pengaruh Mutu <i>Website</i> terhadap Keputusan Mengakses.....	90
4.3.3	Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Keputusan Mengakses.....	91
 BAB V PENUTUP		
5.1	Simpulan	93
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	94
5.3	Saran	95
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN.....		100