

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	16
1.3.1 Tujuan Penelitian	16
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	16
1.4 Sistematika Penulisan	17
BAB II TELAAH PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	18
2.1.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1.1 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.1.2 <i>Fashion</i>	20
2.1.1.3 Internet	20
2.1.1.4 <i>E-Commerce</i>	23
2.1.1.5 Harga.....	24

2.1.1.6 Produk	26
2.1.1.7 Promosi	27
2.1.1.8 Keamanan Situs <i>Online</i>	28
2.1.2 Penelitian Terdahulu	30
2.2 Kerangka Pemikiran	34
2.3 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	36
3.1.1 Variabel Penelitian	36
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.3 Jenis dan Sumber Data	42
3.4 Metode Pengumpulan Data	43
3.5 Metode Analisis	44
3.5.1 Analisis Kualitatif	44
3.5.2 Analisis Kuantitatif	44
3.5.2.1 Uji Validitas	45
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	45
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik	46
3.5.2.4 Analisis Regresi Berganda	49
3.5.2.5 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	50
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	53
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	53
4.1.1 Gambaran Responden berdasarkan jenis kelamin.....	54
4.1.2 Gambaran Responden berdasarkan Pendidikan	55
4.1.3 Gambaran Responden berdasarkan Pekerjaan	56
4.1.4 Gambaran Responden berdasarkan pendapatan / uang saku.....	57
4.1.5 Gambaran Responden berdasarkan produk yang dibeli.....	58
4.2 Analisis Data	59
4.2.1 Analisis Data Deskriptif.....	59
4.2.1.1 Deskripsi Variabel Harga.....	60

4.2.1.2 Deskripsi Variabel Produk	61
4.2.1.3 Deskripsi Variabel Promosi	62
4.2.1.4 Deskripsi Variabel Keamanan Situs Online.....	64
4.2.1.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	66
4.2.2 Analisis Data Kuantitatif.....	68
4.2.2.1 Uji Validitas	68
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	71
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	72
4.2.3.1 Uji Multikolinearitas	72
4.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	73
4.2.3.3 Uji Normalitas.....	74
4.2.4 Hasil Analisis Regresi	75
4.2.5 Pengujian Goodness of fit.....	78
4.2.5.1 Uji T	78
4.2.5.2 Uji F	79
4.2.5.3 Uji R^2	80
4.3 Interpretasi Hasil	81
4.3.1 Analisis Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian ..	81
4.3.2 Analisis Pengaruh Produk terhadap keputusan pembelian	82
4.3.3 Analisis Pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian	83
4.3.4 Analisis Pengaruh Keamanan Situs <i>Online</i> terhadap keputusan pembelian	83
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Keterbatasan Penelitian	86
5.3 Saran	87
5.3.1 Saran bagi Toko Online yang menjual produk fashion.....	87
5.3.2 Saran bagi Konsumen yang membeli produk fashion Melalui internet.....	89
5.3.3 Saran bagi Peneliti.....	91

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN