

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 <i>Brand Preference</i>	11
2.1.2 Keputusan Pembelian <i>Online</i>	12
2.1.3 Kepercayaan	14
2.1.4 Kemudahan.....	18

2.1.4 Harga Kompetitif.....	21
2.2 Hipotesis dan Model Penelitian.....	25
2.3 Indikator Variabel	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	32
3.1.1 Variabel Penelitian	33
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	33
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian	35
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.4.1 Kuesioner.....	38
3.5 Metode Analisis Data	39
3.5.1 Analisis Data Deskriptif	39
3.5.2 Analisis Regresi.....	40
3.5.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	41
3.5.2.3 Uji Validitas	42
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	43
3.5.3.1 Uji Normalitas Data	43
3.5.3.2 Uji Asumsi Multikolinieritas.....	43
3.5.3.3 Uji Asumsi Heteroskedastisitas	44
3.5.4 Uji Kebaikan Model	45
3.5.4.1 Uji Statistik F	45
3.5.4.2 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)	45
3.5.4.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	45
3.6 Uji <i>Intervening</i> (Uji Sobel)	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	47
4.1.1 Sejarah Perkembangan Kaskus. Co.id.....	47
4.2 Gambaran Umum Responden.....	48
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	48
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja	52
4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Mengakses Internet.....	53
4.2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Produk yang dibeli	54
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	55
4.3.1 Analisis Indeks Jawaban Kepercayaan.....	56
4.3.2 Analisis Indeks Jawaban Kemudahan	58
4.3.3 Analisis Indeks Jawaban Harga Kompetitif	60
4.3.4 Analisis Indeks Jawaban <i>Brand Preference</i>	63
4.3.5 Analisis Indeks Jawaban Keputusan Pembelian <i>Online</i>	65
4.4 Pengujian Instrumen	67
4.4.1 Hasil Uji Validitas	67
4.4.2 Hasil Uji Realibilitas	69
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	69
4.5.1 Hasil Uji Normalitas.....	70
4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas	73
4.5.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	74
4.6 Persamaan Regresi.....	76
4.7 Uji Kelayakan Model (<i>Goodness of Fit</i>)	79
4.7.1 Hasil Uji F	79
4.7.2 Hasil Uji t	81

4.7.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	83
4.8 Uji Variabel Intervening (Uji Sobel).....	85
4.9 Pembahasan	88
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Keterbatasan	103
5.3 Saran	104
5.4 Implikasi Kebijakan.....	105
5.5 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	111