

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	12
1.4 Sistematika Penulisan .....	13

## BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Kepercayaan Konsumen.....	16
2.2 Berbagi Pengalaman di Komunitas Virtual.....	19
2.3 Persepsi Kemanfaatan .....	24
2.4 Minat Loyalitas Konsumen pada <i>E-commerce Fashion Site</i> .....	26
2.5 Hipotesis dan Model Penelitian .....	28
2.6 Dimensi Operasional Variabel .....	30

## BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	33
3.1.1 Variabel Penelitian .....	33
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	34
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	40
3.5 Metode Analisis .....	41
3.5.1 Analisis Data Deskriptif .....	41
3.5.2 Analisis Regresi.....	43
3.5.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	43
3.5.2.2 Uji Reliabilitas .....	44
3.5.2.2 Uji Validitas.....	45
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	45

3.5.3.1 Uji Normalitas Data.....	45
3.5.3.2 Uji Asumsi Multikolineritas .....	46
3.5.3.3 Uji Asumsi Heteroskedastisitas .....	46
3.5.4 Uji Keباikan Model .....	47
3.5.4.1 Uji Statistik F .....	47
3.5.4.2 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t).....	47
3.5.4.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	48
3.6 Uji Intervening (Uji Sobel) .....	48
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Analisis Data Deskriptif.....	50
4.1.1 Deskripsi Responden .....	50
4.1.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	50
4.1.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	51
4.1.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
4.1.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja .....	54
4.1.2 Analisis Indeks Jawaban Responden .....	55
4.1.2.1 Analisis Indeks Jawaban Berbagi Pengalaman di Komunitas Virtual ...	56
4.1.2.2 Analisis Indeks Jawaban Persepsi Kemanfaatan .....	59
4.1.2.3 Analisis Indeks Jawaban Kepercayaan Konsumen .....	62
4.1.2.4 Analisis Indeks Jawaban Minat Loyalitas <i>E-commerce fashion Site</i> .....	65
4.2 Analisis Regresi .....	68

4.2.1 Persamaan Regresi.....	68
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	72
4.2.3 Hasil Uji Validitas .....	73
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	74
4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	74
4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
4.3.3 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	79
4.4 Uji Kelayakan Model (Goodness of Fit).....	81
4.4.1 Hasil Uji F .....	81
4.4.2 Hasil Uji t .....	82
4.4.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	85
4.5 Uji Variabel Intervening (Uji Sobel).....	87
4.6 Pembahasan.....	90
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	99
5.2 Keterbatasan.....	104
5.3 Saran .....	105
5.4 Implikasi Kebijakan .....	106
5.5 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	107
DAFTAR PUSTAKA .....	108
LAMPIRAN.....	112