

Daftar isi	
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
Kegunaan penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu kegunaan teoritis dan praktis. Deskripsinya adalah sebagai berikut:	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.2 Keandalan	14
2.1.3 Kualitas pelayanan	15
2.1.4 Privasi yang dipersepsikan.....	17
2.1.5 Kualitas Informasi.....	18
2.1.6 Kepercayaan.....	19
2.1.7 Nilai yang Dirasakan	22
2.2 Hubungan antar variabel.....	24
2.2.1 Pengaruh Keandalan Terhadap Kepercayaan	24
2.2.2 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan.....	25
2.2.3 Privasi yang Dipersepsikan Terhadap Kepercayaan.....	26
2.2.4 Kualitas Informasi yang Berpengaruh Kepada Kepercayaan	27

2.2.5 Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Nilai yang Dirasakan.....	28
2.2.6 Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Minat Beli.....	29
2.2.7 Nilai yang Dirasakan Berpengaruh Terhadap Minat Beli	31
2.3 Penelitian Terdahulu.....	32
2.4 Model Penelitian.....	35
2.5 Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III Metode Penelitan	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.1.1 Variabel Penelitian.....	37
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	38
3.2 Populasi dan Sampel	43
3.2.1 Populasi.....	43
3.2.2 Sampel	43
3.3 Jenis dan Sumber Data	44
3.3.1 Data Primer	44
3.3.2 Data Sekunder.....	44
3.5 Metode Analisis Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Gambaran Karakteristik Responden.....	54
4.2. Hasil Analisis	55
4.2.1. Deskripsi Variabel Penelitian	55
4.2.2. Analisis SEM	60
BAB V PENUTUP.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Implikasi Teoritis	99
5.3 Implikasi Manajerial.....	101
5.4 Keterbatasan Penelitian	103
5.5 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105