

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.3.1. Tujuan Penelitian	9
1.3.2. Manfaat Penelitian	10
1.4. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	12
2.1.2. <i>Construal Level Theory</i>	13
2.2. Definisi Variabel	16
2.2.1. Kualitas Informasi	16

2.2.2. Jarak Psikologis Sosial	18
2.2.3. Kepercayaan	19
2.2.4. Niat Pembelian.....	21
2.2.5. Pengalaman Berbelanja Online.....	21
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	22
2.3.1. Hubungan Kualitas Informasi dengan Kepercayaan	22
2.3.2. Hubungan Kualitas Informasi dengan Jarak Psikologis Sosial	23
2.3.3. Hubungan Jarak Psikologis Sosial dengan Kepercayaan	23
2.3.4. Hubungan Kepercayaan dengan Niat Pembelian.....	25
2.3.5. Efek Moderasi dari Pengalaman Berbelanja Online.....	25
2.4. Penelitian Terdahulu.....	26
2.5. Kerangka Pemikiran Teoritis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34
3.1.1. Variabel Penelitian.....	34
3.1.2. Definisi Operasional	35
3.2. Populasi dan Sampel	37
3.2.1. Populasi.....	37
3.2.2. Sampel	38
3.3. Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1. Jenis Data.....	39
3.4. Metode Pengumpulan Data	40
3.5. Metode Analisis Data	41
3.5.1. Instrumen Pengujian Penelitian	41
3.5.2. Analisis <i>Multivariate</i>	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Karakteristik Responden	48
4.2. Hasi Pengujian Instrumen Penelitian.....	49
4.2.2. Uji Validitas.....	49
4.2.3. Uji Reliabilitas	51
4.3. Analisis SEM.....	51
4.3.1. Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	52
4.3.2. Asumsi SEM.....	55
4.3.3. Pengujian Hipotesis	59
BAB V KESIMPULAN	66
5.1. Kesimpulan.....	66
5.2. Implikasi Teoritis.....	66
5.3. Implikasi Manajerial.....	68
5.4. Keterbatasan Penelitian	69
5.5. Rekomendasi Penelitian Mendatang	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	77