

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Kegunaan Penelitian.....	10
1.5. Sistematika Penulisan	11
BAB II.....	13
2.1. Keputusan Pembelian	13
2.2. Perceived Ease of Use	16
2.3. Perceived Risk.....	17
2.4. Harga.....	19
2.5. Promosi	21
2.6. Perilaku Konsumen	23
2.7. Hubungan antara Variabel	27
2.7.1. Perceived Ease of Use terhadap Keputusan Pembelian	27
2.7.2. Perceived Risk terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.7.3. Harga terhadap Keputusan Pembelian	28

2.7.4. Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.8. Penelitian Terdahulu.....	28
2.9. Kerangka Pikir.....	30
BAB III.....	32
3.1. Variabel Penelitian	32
3.2. Definisi Operasional	32
3.3. Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1. Populasi	34
3.3.2. Sampel	34
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	35
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	35
3.6. Analisis Data	36
3.6.1. Uji Kelayakan Kuesioner	36
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	37
3.6.3. Uji Kelayakan Model	39
3.6.4. Uji Hipotesis	40
BAB IV	43
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	43
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.1.2. Gambaran Umum Responden Penelitian.....	43
4.2. Uji Kelayakan Kuisioner	46
4.2.1. Uji Validitas.....	46
4.2.2. Uji Reliabilitas	47
4.3. Uji Asumsi Klasik	47
4.3.1. Uji Normalitas.....	47
4.3.2. Uji Multikolonieritas.....	49
4.3.3. Uji Heteroskedastisitas	50
4.4. Uji Kelayakan Model.....	51
4.4.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51
4.4.2. (Uji F)	51
4.5. Uji Hipotesis.....	52

4.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.5.2. Uji T	54
BAB V.....	57
5.1. Simpulan	57
5.2. Implikasi Manajerial.....	58
5.3. Keterbatasan.....	59
5.4. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN	64