

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah .....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	8
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	9
1.3 Rumusan Masalah .....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI</b> .....	12
2.1 Tinjauan Teori Terkait .....	12
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	13
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	14
2.1.2.1 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian .....	15
2.1.2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	16
2.1.3 Belanja <i>Online</i> .....	18
2.1.4 Kepercayaan .....	21
2.1.4.1 Indikator Kepercayaan .....	22
2.1.5 Keragaman Produk .....	24
2.1.5.1 Dimensi dan Indikator Keragaman Produk .....	25
2.1.6 <i>Lifestyle</i> .....	27
2.1.6.1 Dimensi dan Indikator <i>Lifestyle</i> .....	29
2.2 Penelitian Terdahulu .....	30
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	36

2.3.1 Hubungan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.3.2 Hubungan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	37
2.3.3 Hubungan <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	37
2.3.4 Hubungan Kepercayaan, Keragaman Produk dan <i>Lifestyle</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.3.5 Hubungan Kepercayaan Berpengaruh Dominan Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.4 Hipotesis .....	39
2.5 Model Penelitian .....	39
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	41
3.2 Jenis Penelitian.....	41
3.3 Objek Penelitian.....	41
3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.4.1 Populasi .....	42
3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	44
3.5.1 Jenis Data.....	44
3.5.2 Sumber Data .....	45
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	46
3.6.1 Variabel Dependen .....	46
3.6.2 Variabel Independen.....	47
3.7 Teknik Analisis Data .....	50
3.7.1 Uji Validitas.....	50
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.7.3 Uji Asumsi Klasik Model Regresi Berganda .....	52
3.7.3.1 Uji asumsi Klasik Multikolinieritas .....	52
3.7.3.2 Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas .....	53
3.7.3.3 Uji Asumsi Klasik Normalitas .....	54
3.7.4 Analisis Regresi Berganda .....	54
3.7.5 Pengujian Hipotesis .....	55
3.7.5.1 Uji t .....	55
3.7.5.2 Uji F .....	56
3.7.5.3 Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	58
4.1.1. Karakteristik Responden .....	58
4.1.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	61
4.1.3. Uji Asumsi Klasik .....	67
4.1.4. Analisis Statistik .....	70
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian .....	75
4.2.1. Pengaruh Kepercayaan (X <sub>1</sub> ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	75

4.2.2. Pengaruh Keragaman Produk ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	76
4.2.3. Pengaruh <i>Lifestyle</i> ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian .....	77
4.2.4. Pengaruh Kepercayaan ( $X_1$ ), Keragaman Produk ( $X_2$ ), dan <i>Lifestyle</i> ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	78
4.2.5. Kepercayaan ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh paling Dominan Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	79
4.3. Temuan Penelitian .....	79
4.4. Keterbatasan Penelitian .....	80
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	81
5.1. Kesimpulan .....	81
5.2. Saran .....	83
5.3. Implikasi Penelitian .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	89
<b>LAMPIRAN</b> .....	93