

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Teori-Teori	11
2.1.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1.2 Perilaku Konsumen	12
2.1.2 Kepercayaan (<i>Trust</i>)	13
2.1.3 Persepsi Risiko (<i>Perceived Risk</i>)	15
2.1.4 <i>Online Marketplace</i>	16
2.1.4.1 Jenis-jenis <i>Marketplace</i> di Indonesia	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Hubungan Antar Variabel	24
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan Menggunakan <i>Online Marketplace</i> terhadap Keputusan Pembelian Online	24
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Persepsi Risiko	24
2.3.3 Persepsi Risiko Menggunakan <i>Online Marketplace</i> terhadap Keputusan Pembelian Online	25
2.3.4 Hubungan Kepercayaan (X) dengan Keputusan Pembelian (Y) melalui Persepsi Risiko (Z)	25
2.4 Hipotesis	26
2.5 Kerangka Konseptual	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Jenis dan Sumber Data	27
3.2.1 Jenis Data	27

3.2.2	Sumber Data	27
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	28
3.3.1	Populasi.....	28
3.3.2	Sampel	28
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	28
3.4	Unit Analisis	29
3.5	Definisi Operasional Variabel	29
3.5.1	Definisi Variabel	29
3.5.2	Operasionalisasi Variabel.....	30
3.6	Teknik Analisis Data	32
3.6.1	Uji Validitas.....	33
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	33
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	34
3.6.4	Uji Hipotesis	35
3.6.4.1	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	35
3.6.4.2	Uji t.....	37
3.6.4.3	Uji F.....	38
3.6.4.4	Koefisien Determinasi (R²).....	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	39
4.1	Karakteristik Responden.....	39
4.2	Uji Validitas.....	39
4.3	Uji Reliabilitas	39
4.4	Uji Statistik Deskriptif	43
4.4.1	Uji Statistik Deskriptif Kepercayaan.....	44
4.4.2	Uji Statistik Deskriptif Persepsi Risiko	45
4.4.3	Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	46
4.5	Uji Normalitas	47
4.6	Uji Hipotesis	50
4.6.1	Analisis Jalur	50
4.7	Uji t.....	52
4.8	Uji F.....	53
4.9	Koefisien Determinasi (R²)	54
BAB V	PEMBAHASAN	56
5.1.1	Pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Persepsi Risiko (Z).....	56
5.1.2	Pengaruh Persepsi Risiko (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	56
5.1.3	Pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	57
5.1.4	Pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Persepsi Risiko (Z).....	58
5.2	Temuan Penelitian	58
5.3	Keterbatasan Penelitian	59

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
6.1 Kesimpulan.....	60
6.2 Saran	60
6.3 Implikasi Teoritis.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN 1.....	66
LAMPIRAN 2.....	73