

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Pembatasan Masalah	9
1.4. Rumusan Masalah	10
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Perilaku Konsumen	12
2.1.2. Pendekatan Perilaku Konsumen	14
2.1.3. Prinsip Dalam Analisis Perilaku Konsumen	15
2.1.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
2.2. Keputusan Pembelian	18
2.3. Kepercayaan	20
2.3.1. Jenis-Jenis Kepercayaan	21
2.3.2. Manfaat Kepercayaan	22
2.3.3. Dimensi Kepercayaan	23
2.4. Kemudahan Penggunaan	23
2.4.1. Indikator Kemudahan	24
2.5. Hasil Penelitian Terdahulu	24
2.6. Hubungan Antar Variabel	26
2.6.1. Hubungan Kepercayaan dengan Keputusan Pembelian	26
2.6.2. Hubungan Kemudahan Penggunaan dengan Keputusan Pembelian	27

2.6.3. Hubungan Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan dengan Keputusan Pembelian	27
2.7. Hipotesis Penelitian	28
2.8. Model Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Desain Penelitian	30
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	30
3.4. Populasi.....	31
3.5. Sampel.....	31
3.6. Teknik Pengambilan Sampel	32
3.7. Definisi Operasional Variabel.....	32
3.7.1. Kepercayaan (X_1)	33
3.7.2. Kemudahan Penggunaan (X_2).....	33
3.7.3. Keputusan Pembelian (Y)	34
3.8. Teknik Analisis Data.....	36
3.8.1. Uji Validitas	36
3.8.2. Uji Reliabilitas	36
3.8.3. Uji Normalitas Data	37
3.8.4. Uji Multikolinearitas	37
3.8.5. Uji Heterokedastisitas	37
3.8.6. Analisis Regresi Linear Berganda	38
3.8.7. Uji Signifikasi Parsial (Uji T).....	38
3.8.8. Uji Signifikasi Simultan (Uji F).....	39
3.8.9. Koefisien Determinasi	40
BAB IV HASIL PENELITIAN	41
4.1. Karakteristik Responden	41
4.2. Uji Validitas	44
4.3. Uji Reliabilitas	47
4.4. Uji Normalitas Data	47
4.5. Analisis Deskriptif Penelitian	49
4.6. Uji Multikolinearitas.....	53
4.7. Uji Heterokedastisitas	54
4.8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
4.9. Uji Signifikasi t.....	55
4.10. Uji Signifikasi F	56
4.11. Uji Koefisien Determinasi	57
4.12. Uji Variabel Dominan.....	58
BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	59
5.1. Pembahasan Hasil Penelitian	59
5.1.1. Pengaruh Kepercayaan (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	59

5.1.2. Pengaruh Kemudahan (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	60
5.1.3. Pengaruh Kepercayaan (X_1), dan Kemudahan Penggunaan (X_2) Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	61
5.1.4. Kepercayaan (X_1) Merupakan Variabel Yang Berpengaruh Paling Dominan Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	61
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	62
6.1. Kesimpulan	62
6.2. Saran	62
6.3. Implikasi Penelitian	63
DAFTAR REFERENSI	64
LAMPIRAN.....	69