

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Perumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.6.1 Manfaat Teoritis	6
1.6.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Ulasan Produk	8
2.1.1 Indikator Ulasan Produk	8
2.2 Kemudahan Penggunaan	9
2.2.1 Indikator Kemudahan Penggunaan	9
2.3 Kepercayaan Konsumen	10
2.3.1 Indikator Kepercayaan Konsumen	11
2.4 Harga	11
2.4.1 Indikator Harga	12
2.5 Keputusan Pembelian	12

2.5.1	Indikator Keputusan Pembelian	12
2.6	Penelitian Terdahulu	14
2.7	Hubungan Antar Variabel	19
2.7.1	Hubungan Ulasan Produk dengan Keputusan Pembelian	19
2.7.2	Hubungan Kemudahan Penggunaan dengan Keputusan Pembelian	19
2.7.3	Hubungan Kepercayaan Konsumen dengan Keputusan Pembelian	19
2.7.4	Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	20
2.8	Hipotesis Penelitian	20
2.9	Kerangka Penelitian	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		<b>22</b>
3.1	Jenis dan Desain Penelitian	22
3.2	Jenis dan Sumber Data	22
3.3	Populasi dan Sampel	22
3.4	Operasional Variabel	23
3.5	Metode Pengumpulan Data	28
3.6	Teknik Analisis Data	28
3.6.1	Uji Validitas	28
3.6.2	Uji Reliabilitas	29
3.7	Uji Asumsi Klasik	29
3.7.1	Uji Normalitas	29
3.7.2	Uji Multikolinieritas	.....30
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	30
3.7.4	Uji Autokorelasi	30
3.8	Uji Hipotesis	31
3.8.1	Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.8.2	Uji F	31
3.8.3	Uji t	32
3.8.4	Koefisien Determinasi	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>		<b>33</b>
4.1	Karakteristik Responden	33
4.1.1	Responden Berdasarkan Usia	33
4.1.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.1.3	Responden Berdasarkan Pendidikan	34

4.1.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
4.1.5	Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja Online	36
4.2	Uji Validitas	36
4.3	Uji Reliabilitas	40
4.4	Analisis Deskriptif	42
4.4.1	Penilaian Responden Terhadap Variabel Ulasan Produk	43
4.4.2	Penilaian Responden Terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan	45
4.4.3	Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Konsumen	46
4.4.4	Penilaian Responden Terhadap Variabel Harga	47
4.4.5	Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	49
4.5	Uji Asumsi Klasik	51
4.5.1	Uji Normalitas Data	51
4.5.2	Uji Multikolinearitas	51
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	52
4.5.4	Uji Autokorelasi	53
4.6	Regresi Linier Berganda	53
4.7	Uji F	55
4.8	Uji t	55
4.9	Hasil Koefisien Determinasi	56
<b>BAB V PEMBAHASAN</b>		<b>58</b>
5.1	Pengaruh Ulasan Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	58
5.2	Pengaruh Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	58
5.3	Pengaruh Kepercayaan Konsumen ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	59
5.4	Pengaruh Harga ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	59
5.5	Pengaruh Ulasan Produk ( $X_1$ ), Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ ), Kepercayaan Konsumen ( $X_3$ ) dan Harga ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	60
5.6	Harga ( $X_4$ ) berpengaruh paling dominan terhadap Keputusan Pembelian (Y)	60
5.7	Temuan Penelitian	61
5.8	Keterbatasan Penelitian	61
<b>BAB VI PENUTUP</b>		<b>62</b>
6.1	Kesimpulan	62

6.2 Saran	63
6.3 Implikasi	63
DAFTAR REFERENSI	66
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Web pada 10 <i>e-commerce</i>	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Operasional Variabel	25
Tabel 3.2 Kriteria Reliabilitas	29
Tabel 3.3 Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Durbin-Watson	31
Tabel 4.1 Uji Validitas	37
Tabel 4.2 Reliabilitas Ulasan Produk ( $X_1$ )	41
Tabel 4.3 Reliabilitas Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ )	41
Tabel 4.4 Reliabilitas Kepercayaan Konsumen ( $X_3$ )	41
Tabel 4.5 Reliabilitas Harga ( $X_4$ )	42
Tabel 4.6 Reliabilitas Keputusan Pembelian ( $Y$ )	42
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Ulasan Produk	43
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Kemudahan Penggunaan	45
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Kepercayaan Konsumen	46
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Harga	48
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.12 Uji Normalitas Data	51
Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.15 Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.16 Hasil Regresi Linier Berganda	54
Tabel 4.17 Hasil Uji F	55
Tabel 4.18 Hasil Uji t	55
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Jumlah Pengunjung Web Bulanan	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	21
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Kelompok Usia	33
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	35
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja <i>Online</i>	36

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	68
Lampiran 2	Data Kuesioner Ulasan Produk	74
Lampiran 3	Data Kuesioner Kemudahan Penggunaan	77
Lampiran 4	Data Kuesioner Kepercayaan Komsumen	80
Lampiran 5	Data Kuesioner Harga	83
Lampiran 6	Data Kuesioner Keputusan Pembelian	86
Lampiran 7	Tabulasi Data Karakteristik (100 Responden)	90
Lampiran 8	Hasil Uji Validitas (100 Responden)	91
Lampiran 9	Hasil Uji Reliabilitas (100 Responden)	97
Lampiran 10	Hasil Uji Asumsi Klasik	98
Lampiran 11	Analisis Regresi Linier Berganda	100