

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	12
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	12
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	13
1.3.3 Ruang lingkup Waktu	13
1.3.4 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13

1.5.1 Bagi Peneliti	13
1.5.2 Bagi Institusi	14
1.5.3 Bagi Perusahaan	14
1.6 Sistem Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1. Keputusan Pembelian	16
2.2 Kualitas Produk.....	18
2.3 Harga	19
2.4 Promosi	20
2.5 Kepercayaan	22
2.6 Kualitas website	23
2.7 Keamanan	24
2.8 Reputasi	25
2.9 Kemudahan Transaksi	26
2.10 Penelitian Terdahulu	27
2.11 Kerangka Pikir	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Sumber Data	31
3.3 Metode Pengumpulan Data	31
3.4 Populasi dan Sampel	32
3.4.1 Populasi	33

3.4.2 Sampel	33
3.5 Variabel Penelitian	33
3.6 Definisi Operasional Variabel	34
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	34
3.7.1 Uji Validitas	34
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.8 Metode Analisis Data.....	35
3.8.1 Analisis Cochran Q Test	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Deskripsi Data.....	37
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	37
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden	39
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	41
4.2.1 Hasil Uji Validitas	41
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	42
4.3 Hasil Analisis Data	43
4.3.1 Hasil Uji Chocran	44
4.4 Pembahasan	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Simpulan	83
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSKATA	
LAMPIRAN	