

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
ABSTRAK.....	xvii
INTISARI.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kepercayaan.....	13
2.1.1 Kepercayaan Dalam Perspektif Islam.....	14
2.2. Persepsi Keamanan.....	17
2.3. Minat Beli.....	18
2.4. Keputusan Pembelian.....	21

2.4.1. Hubungan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian.....	22
2.4.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen	23
2.5. Model Empirik.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1 Populasi	26
3.2.2. Teknik Pengambilan Sampel	28
3.3. Jenis dan sumber data	28
3.3.1. Data primer	28
3.3.2. Data Sekunder.....	29
3.4. Metode Pengumpulan Data	29
3.4.1. Kuesioner	29
3.4.2. Wawancara	29
3.5. Variabel dan Indikator	30
3.6. Teknik Analisis.....	33
3.6.1. Deskripsi Responden dan Deskripsi Variabel	33
3.6.2 Uji Instrumen.....	34
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	35
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda	36
3.6.5. Pengujian Hipotesis	36
3.6.6. Uji Sobel Test	37
3.6.7. Koefisien Determinasi (R ²).....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1. Deskripsi Sampel.....	43

4.2. Statistik Deskriptif Responden	44
4.2.1. Statistik Deskriptif Responden Minat Beli	46
4.2.2. Statistik Deskriptif Responden Kepercayaan	46
4.2.3. Statistik Deskriptif Responden Persepsi Keamanan.....	47
4.2.4. Statistik Deskriptif Responden Keputusan Pembelian	47
4.3. Uji Intrumen	47
4.4. Uji Normalitas	49
4.5. Uji Asumsi Klasik	50
4.6. Hasil Penelitian dan Pembahasan	53
4.6.1. Hasil Penelitian.....	53
4.7. Uji Sobel Test	60
4.7.1. Uji efek mediasi minat beli pada pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian.....	60
4.7.2. Uji efek mediasi minat beli pada pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian.....	62
4.8. Pembahasan	64
4.8.1. Pengaruh kepercayaan terhadap minat beli	64
4.8.2. Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Minat Beli.....	65
4.8.3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	66
4.8.4. Pengaruh persepsi Keamanan terhadap Keputusan Pembelian ...	67
4.8.5. Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian	68
BAB V KESIMPULAN KETERBATASAN DAN IMPLIKASI	69
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran	70
5.3. Keterbatasan Penelitian	71

5.4. Implikasi Penelitian	71
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator	30
Tabel 4.1 Deskriptif Sampel Penelitian	43
Tabel 4.2 Deskripsi Identitas Responden.....	44
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Minat Beli	46
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Responden Kepercayaan.....	46
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Responden Persepsi Keamanan	47
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Responden Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Faktor.....	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas (Model 1).....	51
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas (Model 2).....	51
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas (Model 1).....	52
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas (Model 2).....	53
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda (model 1).....	54
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linear Berganda (model 2).....	54
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi (model 1).....	56
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi (model 2).....	56
Tabel 4.18 Uji model (Model 1)	57
Tabel 4.19 Uji model (Model 2)	57
Tabel 4.20 Uji Signifikan Parameter Individual (model 1).....	58
Tabel 4.21 Uji Signifikan Parameter Individual (model 2).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Empirik	25
---------------------------------	----