

DAFTAR ISI

HALAMAAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	<u>iv</u>
KATA PENGANTAR	<u>vi</u>
DAFTAR ISI	<u>viii</u>
DAFTAR GAMBAR	<u>xii</u>
DAFTAR TABEL	<u>xiii</u>
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	2
BABI	<u>1</u>
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Keputusan Pembelian	9
2.1.2 Kepercayaan	12
2.1.3 Persepsi harga	14

2.1.4	Kualitas Informasi	15
2.2	Penelitian Terdahulu	17
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	18
2.3.1	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepercayaan	18
2.3.2	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepercayaan.....	19
2.3.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.3.4	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.3.5	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	22
BAB III.....		23
METODE PENELITIAN		23
3.1	Jenis Penelitian.....	23
3.2	Populasi dan Sampel.....	23
3.2.1	Populasi	23
3.2.2	Sampel.....	24
3.3	Jenis dan Sumber Data	25
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	26
3.5	Uji Instrument Data	27
3.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	27
3.5.2	Uji Reliabilitas	28
3.5.3	Uji Multikolinearitas.....	28

3.5.4	Uji Heteroskedastisitas	29
3.5.5	Uji Normalitas	30
3.5.6	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel		30
3.5.7	Metode Analisis Data	31
3.5.8	Analisis Jalur Path (<i>Path Analysis</i>)	33
3.5.9	Pengujian Hipotesis-Uji t	34
BAB IV		38
HASIL DAN PEMBAHASAN		38
4.1.	Hasil Penelitian	38
4.1.1.	Karakteristik Responden	38
4.1.2.	Deskripsi Data Penelitian	41
4.2.	Analisis Data	48
4.2.1.	Uji Instrumen	48
4.2.2.	Uji Asumsi Klasik	50
4.2.3.	Analisis Regresi	55
4.2.4.	Pengujian Hipotesis (Uji t)	57
4.2.5.	Uji F (Simultan)	60
4.2.6.	Uji Koefisien Determinasi	61
4.2.7.	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	61
4.3.	Pembahasan	65

4.3.1.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepercayaan.....	65
4.3.2.	Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepercayaan.....	65
4.3.3.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.3.4.	Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.3.5.	Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.3.6.	Pengaruh Tidak Langsung.....	69
PENUTUP.....		71
a.	Kesimpulan.....	71
a.	Saran.....	72
b.	Keterbatasan Penelitian.....	72
c.	Agenda Yang Akan Datang.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....		71
LAMPIRAN.....		73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 2. 1 Model Empirik	22
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas Model 1	53
Gambar 4. 2 Uji Heteroskedastisitas Model 2.....	54
Gambar 4. 3 Hasil Uji Sobel Test 1	62
Gambar 4. 4 Hasil Uji Sobel Test 2	63

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1. Data usia responden	39
Tabel 4. 2. Instrumen Persepsi Harga.....	42
Tabel 4. 3. Instrumen Kualitas Informasi	43
Tabel 4. 4. Instrumen Kepercayaan	45
Tabel 4. 5. Instrumen Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4. 6. Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4. 7. Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 8. Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov	51
Tabel 4. 9. Uji Multikolinieritas Model 1	52