

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAKSI	iv
INTISARI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Kepercayaan Konsumen	7
2.1.2 Kemudahan	10
2.1.3 Kuallitas Informasi	11
2.1.4 Niat Beli	15
2.1.5 Keputusan Pembelian	16

2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis	21
2.3.1	Pengaruh Kepercayaan (<i>Trust</i>) Terhadap Niat Beli	21
2.3.2	Pengaruh Kemudahan (<i>Ease</i>) Terhadap Niat Beli	22
2.3.3	Pengaruh Kualitas Informasi (<i>Quality of Information</i>) Terhadap Niat Beli	23
2.3.4	Pengaruh Kepercayaan (<i>Trust</i>) Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3.5	Pengaruh Kemudahan (<i>Ease</i>) Terhadap Keputusan Pembelian...	25
2.3.6	Pengaruh Kualitas Informasi (<i>Quality of Information</i>) Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.4	Kerangka Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Jenis Penelitian	28
3.2	Populasi	28
3.3	Penentuan Sampel	28
3.4	Jenis dan Sumber Data	29
3.5	Metode Pengumpulan Data	29
3.6	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
3.7	Teknik Analisis Data	32
3.7.1.	Uji Kualitas Data	32
3.7.1.7.	Uji Validitas	32
3.7.1.2	Uji Reliabilitas	32
3.7.2.	Uji Asumsi Klasik	33

3.7.2.1 Uji Normalitas	33
3.7.2.2 Uji Multikolinieritas	33
3.7.2.3 Uji Heterokedastisitas	34
3.7.3 Analisis Regresi Berganda.....	34
3.7.4 Pengujian Hipotesis	36
3.7.4.1 Uji F	36
3.7.4.2 Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	36
3.7.4.3 Uji t	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	37
4.2 Karakteristik Responden	37
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	40
4.4 Uji Kualitas Data	44
4.4.1 Uji Validitas	44
4.4.2 Uji Reliabilitas	45
4.5 Uji Asumsi Klasik	46
4.5.1 Uji Normalitas Regresi I	46
4.5.2 Uji Multikolinieritas Regresi I	47
4.5.3 Uji Heterokedastisitas Regresi I.....	48
4.5.4 Uji Normalitas Regresi II	48
4.5.5 Uji Multikolinieritas Regresi II.....	49
4.5.6 Uji Heterokedastisitas Regresi II.....	50
4.6 Uji Analisis Regresi Berganda I.....	50

4.6.1 Uji F	50
4.6.2 Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	51
4.6.3 Uji t	52
4.7 Uji Analisis Regresi Berganda II	53
4.7.1 Uji F	53
4.7.2 Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	54
4.7.3 Uji t	54
4.8 Pengujian Hipotesis	56
4.8.1 Hasil Uji Hipotesis Regresi I	56
4.8.2 Hasil Uji Hipotesis Regresi II	57
4.9 Pembahasan	59
4.9.1 Pengaruh Kepercayaan (Trust) Terhadap Niat Beli	59
4.9.2 Pengaruh Kemudahan (Easy of Used) Terhadap Niat Beli....	61
4.9.3 Pengaruh Kualitas Informasi (Quality of Information) Terhadap Niat Beli	62
4.8.4 Pengaruh Kepercayaan (Trust) Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.8.2 Pengaruh Kemudahan (Easy of Used) Terhadap Keputusan Pembelian	64
4.8.3 Pengaruh Kualitas Informasi (Quality of Information) Terhadap Keputusan Pembelian	65
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Keterbatasan.....	68

5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	6