

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	
I.1.Latar Belakang Masalah	1
I.2.Rumusan Masalah	9
I.3.Tujuan Penelitian	9
I.4. Signifikasi Penelitian	10
I.4.1. Aspek Akademis	10
I.4.2. Aspek Praktis	10
I.4.3. Aspek Sosial	10
I.5. Kerangka Teori	10
I.5.1.Paradigma	10
I.5.2.State of The Art.....	11
I.5.3.Teori.....	12
1.5.4. Geometri Penelitian.....	20
1.5.5. Variabel Penelitian.....	21
I.6. Hipotesis Penelitian.....	21

I.7. Definisi Konseptual	22
I.7.1.Kepercayaan.....	22
I.7.2. Motivasi	22
I.7.3. Keputusan Pembelian	23
1.8. Definisi Operasional	23
I.8.1.Kepercayaan.....	23
I.8.2. Motivasi	23
I.8.3. Keputusan Pembelian	24
I.9. Metodologi Penelitian.....	24
I.9.1.Tipe Penelitian	24
I.9.2.Populasi dan Sample.....	24
I.9.3.Teknik Sampling.....	26
I.9.4.Jenis dan Sumber Data.....	26
I.9.5.Skala Pengukuran	27
I.9.6.Teknik Pengumpulan Data	27
I.9.7.Teknik Pengolahan Data.....	28
I.9.8.Analisis Data.....	29
I.9.9.Uji Validitas	30

BAB II. GAMBARAN UMUM TENTANG ONLINE SHOP ZALORA DAN LAZADA SERTA MASYARAKAT SEMARANG

2.1. Online Shop	32
2.2. Zalora	36
2.3. Lazada	37
2.4. Semarang dan Masyarakat Semarang	39

BAB III. TEMUAN PENELITIAN

3.1. Identitas Responden	47
3.2. Kepercayaan	48
3.3. Motivasi	51
3.4. Keputusan Pembelian	54

3.5. Tabel Silang	58
BAB IV. UJI HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
4.1. Uji Hipotesis.....	64
4.1.1. Analisa Regresi	64
4.1.2. Analisis Korelasi	66
4.2. Pembahasan.....	71
BAB V. PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN