

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	11
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	12
1. Tujuan Penelitian	12
2. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.....	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. E-Commerce	14
3. Minat Beli Ulang	20
4. Persepsi Kemudahan Penggunaan	21
5. Persepsi Manfaat.....	23
6. Kepercayaan.....	25
B. Rerangka Konseptual.....	27
C. Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	34
B. Desain Penelitian	34
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	35
1. Definisi Variabel.....	35
2. Definisi Operasionalisasi Variabel	35
D. Pengukuran Variabel.....	37
E. Populasi dan Sampel Penelitian	38
1. Populasi Penelitian.....	38
2. Sampel Penelitian	38
F. Teknik Pengumpulan Data.....	40
G. Jenis Data Penelitian.....	40
H. Metode Analisis Data.....	40
1. Analisis Deskriptif	40
2. Uji Kualitas Data	41
3. Uji Asumsi Klasik.....	43
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
5. Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	49

1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	49
2. Karakteristik Profil Responden.....	50
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	55
C. Hasil Uji Kualitas Data	59
1. Hasil Uji Validitas	59
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	62
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	63
1. Hasil Uji Normalitas	63
2. Hasil Uji Multikolinieritas.....	64
3. Hasil Uji Heteroskedasitas.....	66
E. Analisis Multiple Regresi Linier.....	66
F. Hasil Uji Hipotesis.....	68
1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	68
2. Uji Statistik t.....	70
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71
G. Pembahasan Hasil Penelitian	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	75
A. Simpulan	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	78