

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PRNGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	10
1. Tujuan Penelitian	10
2. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	12
1. Manajemen Pemasaran	12
a. Pengertian Pemasaran	12
b. Pengertian Manajemen Pemasaran	13
c. Bauran Pemasaran.....	13
2. <i>E-Commerce</i>	16
a. Pengertian <i>E-Commerce</i>	16
b. Jenis perdagangan elektronik <i>E-commerce</i>	16
c. Kategori perdagangan elektronik (<i>e-commerce</i>).....	17
d. Manfaat dan kelemahan perdagangan Eletronik (<i>e-commerce</i>).....	18
3. Minat Beli	19
a. Pengertian Minat Beli	19

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	20
c. Dimensi Minat Beli.....	21
4. Kemudahan Penggunaan.....	23
a. Pengertian Kemudahan penggunaan.....	23
b. Dimensi dan Indikator Kemudahan Pengguna	24
5. Kualitas Informasi.....	25
a. Pengertian Kualitas Informasi	25
b. Dimensi Kualitas Informasi	27
6. Kepercayaan.....	29
a. Pengertian Kepercayaan.....	29
b. Pengertian Kepercayaan Dalam E-Commerce	30
c. Elemen-Elemen Kepercayaan Konsumen.....	32
d. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	32
e. Dimensi Kepercayaan	33
7. Penelitian terdahulu	34
8. Hubungan Variabel terikat dengan variabel bebas	37
a. Pengaruh Kemudahan Pengguna Terhadap Minat Beli	37
b. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli	38
c. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli	38
B. Rerangka Pemikiran.....	39
A. Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	40
B. Desain Penelitian	40
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	40
1. Definisi Variabel.....	41
a. Variable Bebas (<i>Independent</i>).....	41
b. Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	42
2. Operasional Variabel	43
D. Pengukuran Variabel	45

E. Populasi dan Sampel Penelitian	46
1. Populasi penelitian	46
2. Sampel Penelitian.....	46
F. Teknik Pengumpulan Data.....	47
1. Angket atau kuesioner.....	48
G. Jenis Pengumpulan Data	48
1. Data Primer	48
2. Data Sekunder	49
H. Metode Analisis	50
1. Uji Statistik deskriptif	50
2. Uji Kualitas Data.....	50
a. Uji Validitas	50
b. Uji Reabilitas	51
3. Uji Asumsi Klasik.....	52
a. Uji Normalitas.....	52
b. Uji Multiklonieritas.....	52
c. Uji Heterokedasitas	53
4. Analisis Linier Berganda	53
5. Uji Hipotesis	54
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54
b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)	55
c. Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	57
B. Statistik Deskriptif Responden	57
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	59
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	60
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Bekerja	61
C. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	61

D. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian	64
1. Uji Validitas	64
2. Uji Realibilitas	67
3. Uji Asumsi Klasik.....	68
a. Uji Normalitas.....	68
b. Uji Multikolinearitas.....	70
c. Uji Heteroskedastisitas.....	71
E. Analisis Regresi Linier Berganda	72
1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
2. Koefisien Determinasi.....	74
F. Pengujian Hipotesis	75
1. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	75
2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	76
G. Pembahasan.....	77
1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli	77
2. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli	78
3. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	87