

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	18
1.3. Tujuan Penelitian	18
1.4. Manfaat Penelitian	18
1.4.1. Manfaat Akademis	18
1.4.1. Manfaat Praktis	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	20
2.2. Tinjauan Pustaka	27
2.2.1. Komunikasi Pemasaran	27

2.2.2. Definisi Sikap Konsumen	28
2.2.3. Kepercayaan dan Sikap	29
2.2.4. Definisi Konsumen	31
2.2.5. Definisi Sikap	31
2.2.6. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku	33
Konsumen	
2.2.7. Faktor pribadi sebagai salah satu karakteristik	34
pembeli yang mempengaruhi perilaku konsumen	
dalam pengambilan keputusan pembelian	
2.2.8. Proses Keputusan Pembelian	36
2.2.9. Model Perilaku Konsumen	40
2.2.10. Definisi Keputusan Pembelian	40
2.2.11. <i>E-commerce</i>	41
2.2.12. Kerangka Pemikiran	42
2.3. Hipotesis Teoritis	42

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian	44
3.2. Tipe Penelitian	44
3.3. Metode Penelitian	45
3.4. Populasi dan Sampel	46
3.4.1. Populasi	46

3.4.2. Sampel	46
3.4.3. Teknik Pengambilan Sampel	47
3.5. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	49
3.5.1. Definisi Konsep	49
3.5.2. Operasionalisasi Konsep	51
3.6. Validitas dan Realibilitas	55
3.6.1. Uji Validitas	55
3.6.1.1. Uji Validitas Sikap Konsumen (X)	56
3.6.1.2. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	57
3.6.2. Uji Realibilitas	58
3.7. Teknik Pengumpulan Data	58
3.7.1. Data Primer	58
3.7.2. Data Sekunder	60
3.8. Teknik Analisis Data	60
3.8.1. Analisis Korelasi Sederhana	60
3.8.2. Analisis Regresi Linear Sederhana	61
3.8.3. Hipotesis Statistik	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	64
4.1.1. Sejarah Perusahaan	64
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	65

4.1.3. Logo Perusahaan	66
4.1.4. Profil Produk, situs website dan Promosi Zalora	66
4.1.5. Penghargaan Zalora	69
4.2. Hasil Penelitian	69
4.2.1. Profil Responden	70
4.2.2. Evaluasi Pertanyaan Kuesioner (Variabel X)	75
4.2.3. Evaluasi Pertanyaan Kuesioner (Variabel Y)	82
4.2.4. Uji Realibilitas	86
4.2.4.1. Uji Realibilitas Sikap Konsumen (X)	87
4.2.4.2. Uji Realibilitas Keputusan Pembelian (Y) ..	88
4.2.5. Uji Korelasi	89
4.2.5.1. Hasil Uji Korelasi	89
4.2.5.2. Kekuatan Hubungan Korelasi Variabel	89
4.2.6. Uji Regresi Linear Sederhana	90
4.2.7. Uji Determinasi	91
4.2.8. Uji Statistik t	92
4.3. Pembahasan	93

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	98
5.2. Saran	100
5.2.1. Saran Akademis	100

5.2.1. Saran Praktis	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	

