

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	
1. Keputusan Pembelian	10
a. Definisi Keputusan Pembelian	10
b. Proses Keputusan Pembelaian	11
c. Faktot yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
d. Struktur Keputusan Pembelian	15

2. Citra Merek	17
a. Definisi Citra Merek	17
b. Indikator Citra Merek	18
3. Keamanan	19
a. Definisi Keamanan	19
b. Indikator Keamanan	20
4. Kepercayaan	21
a. Definisi Kepercayaan	21
b. Indikator Kepercayaan	22
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	22
5. <i>E-commerce</i>	23
a. Definisi <i>E-commerce</i>	23
b. Manfaat <i>E-commerce</i>	24
c. Jenis <i>E-commerce</i>	25
6. Penelitian Terdahulu	25
B. Pengembangan Hipotesis	30
1. Hubungan Variabel Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	30
2. Hubungan Variabel Keamanan dengan Keputusan Pembelian	32
3. Hubungan Variabel Kepercayaan dengan Keputusan Pembelian	33
C. Kerangka Pemikiran	34
D. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	36

B. Desain Penelitian	36
C. Definisi dan Operasional Variabel	36
1. Definisi Variabel	36
2. Operasional Variabel	38
D. Skala Pengukuran Variabel	39
E. Populasi dan Sampel Penelitian	40
1. Populasi	40
2. Sampel	40
F. Metode Pengumpulan Data	41
G. Metode Analisis Data	42
1. Analisis Deskriptif	42
2. Uji Instrumen	42
3. Analisis <i>Partial Least Square</i>	44
a. Pengertian <i>Partial Least Square</i>	44
b. Menguji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	44
c. Menguji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif	49
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	49
2. Deskripsi Responden	51
3. Deskripsi Variabel	52
B. Uji Instrumen Kuesioner	54
1. Uji Validitas	54

2. Uji Reliabilitas	55
C. Analisis <i>Partial Least Square</i>	56
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	56
a. Uji Validitas	57
b. Uji Reliabilitas	61
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	63
a. Uji Koefisien Determinasi/ <i>R Square</i> (R^2)	64
b. Uji <i>Q Square</i> (Q^2)	64
c. Uji Hipotesis	65
D. Pembahasan Hasil Penelitian	68
1. Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	68
2. Analisis Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian	69
3. Analisis Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	72
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
DAFTAR LAMPIRAN	78