

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN MAJLIS MUNAQOSAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teri .....	11
1. <i>Theory Of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Terencana).....	11
2. <i>Shopping Value</i> .....	14
3. Kepercayaan.....	21
4. Kenyamanan Konsumen.....	26
5. Keputusan Pembelian .....	30
6. Bisnis Online ( <i>E-Commerce</i> ) .....	37
B. Penelitian Terdahulu .....	40
C. Kerangka Berfikir .....	46
D. Hipotesis.....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	51
B. Seting Penelitian .....	51
C. Populasi dan Sampel.....	52
D. Identifikasi Variabel .....	53

E. Deskripsi Variabel Operasioanl .....	54
F. Teknik Pengumpulan Data .....	56
G. Teknik Analisis Data .....	57

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

A. Hasil Penelitian.....	63
1. Gambaran Obyek Penelitian.....	63
2. Deskripsi Responden.....	64
3. Tanggapan Responden .....	66
B. Analisis Data .....	73
1. Uji Instrumen Penelitian .....	73
a. Uji Validitas .....	73
b. Uji Reliabilitas.....	75
2. Uji Asumsi Klasik .....	76
a. Uji Normalitas .....	76
b. Uji Multikolinieritas .....	77
c. Uji Heteroskedastisitas .....	78
3. Uji Hipotesis .....	79
a. Regresi Linier Berganda.....	79
b. Hasil Koefisien Determinasi ( <i>Adjust R Square</i> ).....	81
c. Uji F (Simultan) .....	82
d. Uji T (Uji Parsial).....	83
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	84
1. Pengaruh <i>shopping value</i> Terhadap keputusan pembelian online di Azmya Store .....	84
2. Pengaruh kepercayaan Terhadap keputusan pembelian online di Azmya Store .....	86
3. Pengaruh kenyamanan konsumen Terhadap keputusan pembelian online di Azmya Store .....	87

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	89
B. Saran-saran .....	89

#### **DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 3.1	Deskripsi Operasional Variabel Penelitian .....	54
Tabel 3.2	Skala Likert .....	57
Table 4.1	Data Responden Berlandaskan Jenis Kelamin .....	64
Table 4.2	Data Responden Berlandaskan Usia .....	65
Table 4.3	Data Responden Berlandaskan Pekerjaan .....	65
Table 4.4	Data Responden Berlandaskan Lama Memakai Pembelian Online.....	66
Table 4.5	Data Hasil Penelitian Variabel Keputusan Pembelian Online (Y).....	66
Table 4.6	Data Hasil Penelitian Variabel Shopping Value (X1).....	68
Tabel 4.7	Data Hasil Penelitian Variabel Kepercayaan (X2) .....	71
Tabel 4.8	Data Hasil Penelitian Variabel Kenyamanan Konsumen (X3) .....	72
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Instrumen Kepada Responden .....	74
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Instrumen Kepada Responden .....	76
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirno .....	77
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas .....	78
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glejser .....	78
Tabel 4.14	Hasil Regresi Linear Berganda .....	80
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	81
Tabel 4.16	Hasil Uji F .....	82
Tabel 4.17	Hasil Uji T .....	83

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Tahap-tahap Keputusan Pembelian ..... 33  
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir ..... 46

