

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	12
1. Periklanan <i>Online</i>	12
2. Persepsi Harga	22
3. Kepercayaan	34
4. Keputusan Pembelian	41

B. Penelitian Terdahulu	51
C. Hubungan Antar Variabel	52
D. Kerangka Pemikiran	57
E. Hipotesis Penelitian	58

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	59
B. Objek dan Waktu Penelitian	59
C. Populasi dan sampel	59
D. Sampel dan Teknik Sampling	60
E. Jenis Data Penelitian	61
F. Prosedur Pengumpulan Data	61
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	62
H. Definisi Operasional Variabel	63
I. Skala Pengukuran Variabel	66
J. Uji Validitas dan Realibilitas	67
K. Teknik Analisis Data	70
L. Metode Analisis Data	71

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	74
B. Pembahasan	86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 89

B. Saran 89

DAFTAR PUSTAKA 91

LAMPIRAN 94

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	51
3.1 Tabel Hasil Uji Validitas	68
3.2 Tabel Hasil Uji Relibilitas	69
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	76
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	76
4.5 Responden Variabel Periklanan <i>Online</i>	77
4.6 Responden Variabel Persepsi Harga	78
4.7 Responden Variabel Kepercayaan	79
4.8 Responden Variabel Keputusan Pembelian	80
4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	81
4.11 Hasil Uji F	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perilaku Pembelian dan Model Perilaku Konsumen	45
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	95
Lampiran II Data 30 Responden	101
Lampiran III Uji Validitas dan Uji Relibilitas	107
Lampiran IV Tabulasi Data	115
Lampiran V Hasil	136