

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PENGE.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori	9
1. Pemasaran.....	9
2. <i>E-commers</i>	10
3. Keputusan Pembelian	12
4. Kepercayaan	19
5. Risiko.....	21
6. Citra Merek.....	23
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Pengaruh Antar Variabel.....	29

D. Kerangka Konseptual	31
E. Hipotesis	31
BAB III	33
METODE PENELITIAN	33
A. Rancangan Penelitian	33
B. Populasi	33
C. Sampel dan Teknik Sampling	34
1. Sampel.....	34
2. Teknik Sampling.....	34
3. Besaran Sampel.....	35
D. Jenis Data Penelitian	36
1. Data Primer.....	36
2. Data Sekunder.....	36
E. Prosedur Pengambilan Data	37
F. Klasifikasi Variabel Penelitian	37
G. Definisi Operasional	38
H. Skala Pengukuran Variabel	39
I. Uji Intrumen	40
1. Uji validitas.....	40
2. Uji Realibilitas.....	41
J. Teknik Analisis Data	42
1. Analisis Deskriptif.....	43
2. Analisis Kuantitatif.....	43
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Hasil Penelitian	48
1. Deskripsi Responden.....	48
2. Deskripsi Variabel.....	52

3. Analisis Kuantitatif.....	55
B. Pembahasan	61
BAB V.....	68
SIMPULAN DAN SARAN.....	68
A. Simpulan	68
B. Saran	68