

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSYARATAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENRNYATAAN KARYA TULIS.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAKSI .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Manfaat Penelitian .....	14
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA.....	15
A. Landasan Teori.....	15
1. Minat Beli .....	15
2. <i>E-commerce</i> .....	18
3. Promosi .....	21
4. Kepercayaan.....	26
5. Kemudahan .....	30
6. Pengalaman Berbelanja.....	32
B. Penelitian Terdahulu .....	35
C. Keterkaitan antar Variabel .....	39
1. Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Kemudahan, Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli .....	39
2. Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli .....	40
3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli.....	41
4. Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Beli .....	43
5. Pengaruh Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli.....	45
D. Kerangka Penelitian .....	47
E. Hipotesis.....	48
BAB III: METODE PENELITIAN .....	49
A. Rancangan Penelitian .....	49
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	49
C. Populasi.....	49
D. Sampel dan Teknik Sampling .....	50

E. Jenis data penelitian .....	51
F. Prosedur pengambilan data .....	52
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	52
H. Definisi Operasional Variabel.....	53
1. Promosi ( $X_1$ ).....	53
2. Kepercayaan ( $X_2$ ).....	54
3. Kemudahan ( $X_3$ ).....	55
4. Pengalaman Berbelanja ( $X_4$ ).....	56
5. Minat Beli ( $Y$ ).....	57
I. Metode Pengukuran Variabel.....	58
J. Uji Instrumen Variabel.....	59
1. Uji Validitas .....	59
2. Uji Reliabilitas .....	61
K. Teknik Analisis Data.....	62
1. Analisis Statistik Deskripsi .....	63
2. Analisis Kuantitatif .....	63
L. Uji Hipotesis .....	65
1. Uji-F .....	65
2. Uji-t .....	66
3. Koefisien Determinasi.....	67
<b>BAB IV: ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>69</b>
A. Analisis Deskriptif .....	69
1. Karakteristik Responden .....	69
2. Persepsi Konsumen terhadap Variabel Penelitian .....	73
B. Analisis Regresi Linier Berganda .....	79
1. Hasil Persamaan Regresi.....	79
C. Uji Hipotesis .....	83
1. Uji-F .....	83
2. Uji-t .....	84
3. Koefisien Determinasi.....	86
D. Pembahasan.....	87
1. Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Kemudahan, Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli.....	88
2. Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli.....	90
3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli .....	91
4. Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Beli.....	93
5. Pengaruh Pengalaman Berbelanja terhadap Minat Beli .....	95
<b>BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>97</b>
A. Kesimpulan .....	97
B. Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	47
--------------------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 <i>e-commerce</i> di Indonesia 2019 .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 2.2 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 3.1 Hasil uji Validitas.....	60
Tabel 3.2 Hasil uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Universitas .....	71
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Barang .....	72
Tabel 4.5 Penilaian Variabel Promosi.....	74
Tabel 4.6 Penilaian Variabel Kepercayaan .....	75
Tabel 4.7 Penilaian Variabel Kemudahan.....	76
Tabel 4.8 Penilaian Variabel Pengalaman Berbelanja .....	77
Tabel 4.9 Penilaian Variabel Minat Beli.....	78
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linier Berganda.....	80
Tabel 4.11 Hasil Uji-F.....	83
Tabel 4.12 Hasil Uji-t.....	84
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinasi .....	87

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I: KUESIONER PENELITIAN .....	105
LAMPIRAN II: REKAPITULASI DATA 30 RESPONDEN.....	122
LAMPIRAN III: UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	128
LAMPIRAN IV: REKAPITULASI DATA 100 RESPONDEN .....	134
LAMPIRAN V: ANALISIS DESKRIPTIF RESPONDEN .....	150
LAMPIRAN VI: UJI REGRESI LINIER BERGANDA.....	153

