

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN SAMPUL DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
INTISARI.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Keaslian Penelitian	12
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	18
2.1. Perilaku Konsumen.....	18
2.2. Ekonomi Digital.....	18
2.3. Perilaku Belanja <i>Online</i>	19
2.2. Keputusan Membeli Produk	20
2.3. <i>E-commerce</i>	22
2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berbelanja <i>Online</i>	26
A. Kemudahan	26
B. Harga.....	27
C. Promosi & Diskon.....	27
D. Kualitas Informasi.....	29
2.5 Penelitian Terdahulu.....	30
2.6. Kerangka Konseptual	32

2.7. Hipotesis Penelitian	34
BAB III. METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Data dan Sumber Data	35
3.2.1 Metode dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.2.3 Instrumen Pengumpulan Data.....	37
3.3. Teknik Analisis Data.....	38
3.3.2 Analisis Faktor.....	39
3.3.3. Analisis Regresi Linear Berganda	40
3.3.4 Uji Hipotesis	40
3.3.5 Uji Asumsi Klasik	42
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden	44
4.2.2 Analisis Faktor.....	54
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda	59
4.2.3 Uji Hipotesis	60
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	62
4.3 Hasil Pembahasan.....	66
4.3.1 Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Belanja <i>Online</i>	66
4.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Belanja <i>Online</i>	66
4.3.3 Pengaruh Promosi & Diskon terhadap Keputusan Belanja <i>Online</i>	67
4.3.4 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Belanja <i>Online</i>	68
4.3.4 Pengaruh Kemudahan, Harga, Promosi & Diskon, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Belanja <i>Online</i>	69
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	78