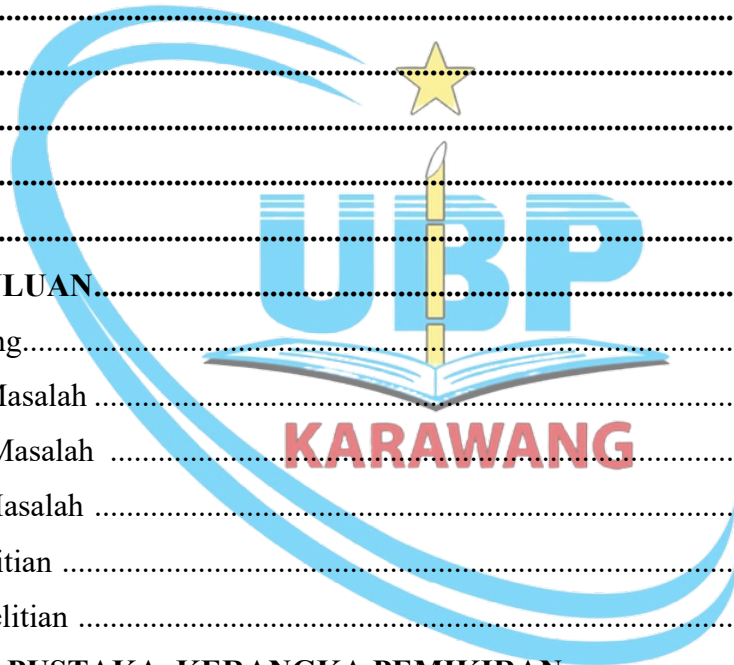


Daftar Isi

Halaman

Sampul/kulit luar skripsi	
Lembar Persetujuan Pembimbing	i
Halaman Pengesahan	ii
Surat Pernyataan	iii
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	vii
<i>Abstract</i>	viii
Daftar isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Pembatasan Masalah	10
1.4 Perumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
BAB II TIJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESA	13
1.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Manajemen	13
2.1.1.1 Pengetian Manajemen	13
2.1.1.2 Fungsi Manajemen	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran	16
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	16
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	17
2.1.2.3 <i>E-commerce</i>	19



2.1.3 Keputusan Pembelian	20
2.1.3.1 Tahap Proses Pengambilan Keputusan	26
2.1.3.2 Indikator Pengambilan Keputusan	28
2.2 Kepercayaan (<i>Trust</i>)	28
2.2.1 Komponen Kepercayaan	30
2.2.2 Indikator Kepercayaan	31
2.3 Kemudahan	31
2.3.1 Pengertian Kemudahan	31
2.3.2 Indikator Kemudahan	32
2.4 Keberagaman Produk	33
2.4.1 Pengertian Keberagaman Produk	33
2.4.2 Indikator Keberagaman Produk	34
2.5 Penelitian Terdahulu	35
2.6 Kerangka Penelitian	37
2.7 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Metode yang Digunakan	39
3.2 Lokasi dan Waktu penelitian	41
3.2.1 Lokasi Penelitian	41
3.2.2 Waktu Penelitian	41
3.3 Definisi dan Operasional Variabel	41
3.4 Metode Pengumpulan Data	44
3.5 Jenis Sumber Data	44
3.5.1 Jenis Data	44
3.5.2 Sumber Data	44
3.6 Populasi dan Sampel	45
3.6.1 Populasi	45
3.6.2 Sampel	45
3.7 Uji Validitas dan Rehabilitas	46
3.7.1 Uji Validitas	46
3.7.2 Uji Rehabilitas	47

3.8 Metode Analisis.....	47
3.8.1 Uji T (Secara Parsial)	52
3.8.2 Uji F (Secara Simultan)	52
3.8.3 Analisis Faktor	53
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian	57
4.1.1 Gambaran Perusahaan	57
4.1.2 Pembahasan Kuesioner	59
4.1.3 Analisis Deskriptif	61
4.2 Pengujian Keabsahan Data	66
4.2.1 Uji Validitas	66
4.2.2 Uji Reliabilitas	70
4.3 Uji Hipotesis	72
4.3.1 Uji T (Secara Parsial)	72
4.3.2 Uji F (Secara Simultan)	74
4.4 Analisis Faktor	75
4.4.1 Uji KMO (<i>Kaiser-meiyer-olkin</i>)	77
4.4.2 Uji <i>Anti Image Matrics</i>	77
4.4.3 Uji <i>Communalities</i>	78
4.4.4 Uji <i>Total Variance Explained</i>	78
4.4.5 Uji <i>Component Matrix</i>	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	87

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Tabel Prakuisioner	9
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Tabel Jadwal Kegiatan Penelitian	41
Tabel 3.2 Tabel Angket Keputusan Pembelian	48
Tabel 3.3 Tabel Angket Kepercayaan	49
Tabel 3.4 Tabel Angket Kemudahan	50
Tabel 3.5 Tabel Angket Keberagaman Produk	51
Tabel 4.1 Proposi Responden Berdasarkan Program Studi	59
Tabel 4.2 Proposi Responden Berdasarkan Angkatan	60
Tabel 4.3 Analisis Data Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.4 Analisis Data Kepercayaan	62
Tabel 4.5 Analisis Data Kemudahan	64
Tabel 4.6 Analisis Data Keberagaman Produk	65
Tabel 4.7 Validitas Keputusan Pembelian	66
Tabel 4.8 Validitas Kepercayaan	67
Tabel 4.9 Validitas Kemudahan	68
Tabel 4.10 Validitas Keberagaman Produk	69
Tabel 4.11 Realibilitas Keputusan Pembelian	70
Tabel 4.12 Realibilitas Kepercayaan	70
Tabel 4.13 Realibilitas Kemudahan	71
Tabel 4.14 Realibilitas Keberagaman Produk	71
Tabel 4.15 Uji T Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	72
Tabel 4.16 Uji T Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian	72
Tabel 4.17 Uji T Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.18 Uji F	74
Tabel 4.19 Uji KMO (<i>Kaiser-meiyer-olkin</i>)	77
Tabel 4.20 Uji <i>Anti Image Matrics</i>	77
Tabel 4.21 Uji <i>Communalities</i>	78

Tabel 4.22 Uji <i>Total Variance Explained</i>	78
Tabel 4.23 Uji <i>Component Matrix</i>	79



Daftar Gambar

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet Dari Berbagai Negara Tahun 2015 – 2020	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	61
Gambar 4.1 Grafik Presentase Analisis Data Keputusan Pembelian.....	61
Gambar 4.2 Grafik Presentase Analisis Data Kepercayaan	63
Gambar 4.3 Grafik Presentase Analisis Data Kemudahan	64
Gambar 4.4 Grafik Presentase Analisis Data Keberagaman Produk.....	65
Gambar 4.5 Grafik Scree Plot.....	78



Daftar Lampiran

Lampiran 1.1 Hasil Prakuesioner.....	87
Lampiran 1.2 Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 1.3 Hasil Penelitian Responden.....	93
Lampiran 1.4 Hasil <i>Ouput</i> SPSS.....	96
Lampiran 1.5 Riwayat Hidup.....	104

