

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.8 Sistematika Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	13
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.3 <i>E-commerce</i>	15
2.1.4 Persepsi	17
2.1.5 Motivasi	19
2.1.6 Sikap	20
2.1.7 Keputusan Pembelian	22
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	30

3.1	Karakteristik Penelitian.....	30
3.2	Alat Pengumpulan Data	31
3.2.1	Variabel Operasional	31
3.2.2	Skala Pengukuran	34
3.3	Tahapan Penelitian.....	35
3.4	Populasi dan Sampel	37
3.4.1	Populasi.....	37
3.4.2	Sampel.....	37
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	39
3.6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	39
3.6.1	Uji Validitas	39
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	41
3.7	Teknik Analisis Data	42
3.7.1	Analisis Deskriptif	42
3.7.2	<i>Method Succesive Interval</i> (MSI).....	44
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	44
3.7.4	Analisis Regresi <i>Linear</i> Berganda.....	46
3.7.5	Pengujian Hipotesis	46
4.1	Karakteristik Penenlitian.....	49
4.2	Hasil Penelitian.....	53
4.2.1	Analisis Deskriptif	53
4.2.2	<i>Method Succesive Interval</i> (MSI).....	60
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	60
4.2.4	Analisis Regresi Linear Berganda	64
4.2.5	Pengujian Hipotesis	65
4.2.6	Koefisien Determinasi	68
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
4.3.1	Analisis Deskriptif	68
4.3.2	Analisis Pengaruh Persepsi, Motivasi, dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran	75

DAFTAR PUSTAKA.....	77
---------------------	----