

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	7
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.2 Model Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3 Proses Keputusan Pembelian.....	13
2.1.4 Evaluasi Alternatif.....	15
2.1.5 Preferensi Konsumen.....	16
2.1.6 Produk.....	16
2.1.7 Atribut.....	17
2.1.8 <i>E-Commerce</i>	18

2.1.9	Atribut <i>E-Commerce</i>	19
2.2	Penelitian Terdahulu	21
2.3	Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Karakteristik Penelitian.....	31
3.2	Alat Pengumpulan Data	32
3.2.1	Variabel Operasional Penelitian	32
3.2.2	Skala Pengukuran.....	33
3.3	Tahapan Pelaksanaan Penelitian	34
3.4	Populasi dan Sampel	35
3.4.1	Populasi.....	35
3.4.2	Sampel.....	35
3.5	Sumber data	37
3.5.1	Data Primer	37
3.5.2	Data Sekunder	38
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	38
3.6.1	Uji Validitas	38
3.6.2	Uji Reliabilitas	39
3.7	Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1	Analisis Konjoin	40
3.7.2	Tahapan Analisis Konjoin.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN		47
4.1	Analisis Reponden	47
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	51
4.2	Hasil Analisis Konjoin.....	51
4.2.1	Nilai Kegunaan (<i>Utility</i>).....	52
4.2.2	Nilai Kepentingan (<i>Importance Value</i>).....	54

4.2.3	Ketepatan Prediksi (<i>Predictive Accuracy</i>)	55
4.3	Kombinasi Ideal	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		63
5.1	KESIMPULAN.....	63
5.2	SARAN	64
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN 1		73
LAMPIRAN 2		81