

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Lembar Persetujuan.....	iii
Lembar Pengesahan.....	iv
Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
Abstrack	xvii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian	14
E. Kegunaan Penelitian	14
F. Ruang lingkup dan Keterbatasan Penelitian	16
G. Penegasan Istilah.....	17
H. Sistematika Skripsi.....	19
BAB II : LANDASAN TEORI.....	22
A. Manajemen Pemasaran	22
B. Harga.....	23
C. Kualitas Informasi.....	30
D. Kepercayaan.....	34
E. Keputusan Pembelian.....	36

F.	Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	47
G.	Hubungan Kualitas Informasi dengan Keputusan Pembelian.....	48
H.	Hubungan Kepercayaan dengan Keputusan Pembelian.....	50
I.	Penelitian Terdahulu.....	51
J.	Kerangka Konseptual	58
K.	Hipotesis Penelitian	59
BAB III	: METODE PENELITIAN.....	61
A.	Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian.....	61
1.	Pendekatan Penelitian.....	61
2.	Jenis Penelitian	61
B.	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	62
1.	Populasi Penelitian.....	62
2.	Sampel Penelitian	62
3.	Sampling Penelitian	64
C.	Sumber data, Variabel, dan Skala Pengukuran	66
1.	Sumber Data	66
2.	Variabel Penelitian.....	66
3.	Skala Pengukuran	67
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	68
1.	Teknik Pengumpulan	68
2.	Instrumen Penelitian	69
E.	Teknik Analisis Data	73
1.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	73
a.	Uji Validitas	73
b.	Uji Reliabilitas	74
2.	Uji Asumsi Klasik.....	75
a.	Uji Normalitas.....	75
b.	Uji Multikolinieritas	76
c.	Uji Heteroskedastisitas.....	77
3.	Uji Regresi Linier Berganda	77
4.	Uji Hipotesis	78

a. Uji T (T-Test)	79
b. Uji Statistik F (Uji F)	80
5. Uji Koefisien Determinasi	81
BAB IV : HASIL PENELITIAN.....	83
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	83
B. Karakteristik Responden	88
C. Hasil Penelitian.....	92
D. Analisis Data.....	98
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	98
2. Uji Normalitas.....	103
3. Uji Asumsi Klasik.....	104
a. Uji Multikolinieritas.....	105
b. Uji Heteroskedastisitas.....	106
4. Uji Regresi Linier Berganda	107
5. Uji Hipotesis	109
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	113
BAB V : PEMBAHASAN	114
A. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Barang <i>Online</i> Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung	114
B. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Barang <i>Online</i> Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung	118
C. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Barang <i>Online</i> Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.....	123
D. Pengaruh Harga, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Barang <i>Online</i> Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.....	126
E. Kerangka Konsep Sebelum dan Sesudah Penelitian.....	130

BAB VI : PENUTUP.....	132
A. Kesimpulan	132
B. Saran.....	133

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN