

DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Motto	iii
Halaman Persembahan	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Rumusan Masalah.....	13
D. Tujuan Penelitian	13
E. Kegunaan Penelitian	14
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	15
G. Penegasan Istilah	16
H. Sistematika Pembahasan.....	21

BAB II: LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	23
1. Keputusan Pembelian	23
2. Kepercayaan	25
3. Kualitas Produk	29
4. Presepsi Risiko	34
5. <i>Posting Message</i>	39
6. Reputasi penjual	42
B. Penelitian Terdahulu	45
C. Kerangka Konseptual	60
D. Hipotesis	61

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	63
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	65
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	67
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	70
E. Teknik Analisis Data	73

BAB IV: HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Shopee.....	78
B. Profil Responden	80
C. Deskripsi Variabel Penelitian	82
D. Analisis Data.....	86

E. Analisis Faktor.....	91
-------------------------	----

BAB V: PEMBAHASAN

A. Faktor Kepercayaan Konsumen Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Konsumen Shopee	111
B. Faktor Kualitas Produk Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Konsumen Shopee	112
C. Faktor Persepsi Risiko Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Konsumen Shopee	113
D. Faktor <i>Posting Message</i> Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Konsumen Shopee	115
E. Faktor Reputasi Penjual Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Konsumen Shopee	116
F. Faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian jasa online pada konsumen Shopee	117

BAB VI: PENUTUP

A. Kesimpulan.....	119
B. Saran	120

DAFTAR PUSTAKA.....	121
---------------------	-----

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	131
------------------------	-----