

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
MOTTO	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	9
G. Penegasan Istilah	10
H. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Konsumsi	15
B. <i>E-Commerce</i>	19
C. Harga.....	22
D. Kualitas Produk.....	29
E. Kepercayaan.....	34
F. Keputusan Pembelian.....	38
G. Kajian Penelitian Terdahulu.....	43
H. Kerangka Konsep Penelitian	51

I. Pengembangan Hipotesis Penelitian	54
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	56
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	56
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	58
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	61
E. Analisis Data	66
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	73
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	73
B. Deskripsi Data Responden	79
C. Pengujian Instrumen Penelitian.....	93
BAB V PEMBAHASAN	108
A. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung terhadap Keputusan Pembelian di Toko <i>Online</i> Tokopedia	108
B. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Toko <i>Online</i> Tokopedia	109
C. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Toko <i>Online</i> Tokopedia	111
D. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa UIN SATU Tulungagung di Toko <i>Online</i> Tokopedia.	112
BAB VI KESIMPULAN.....	114
A. Kesimpulan	114
B. Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total Mahasiswa FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung	3
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	60
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	62
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	80
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.3 Frekuensi Variabel Harga	81
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel Kualitas Produk	84
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Kepercayaan	87
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	89
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel.....	94
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	96
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	98
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	99
Tabel 4.11 Hasil Uji Determinasi.....	101
Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	102
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji t)	103
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi	106
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas One-Sample Komlogorov-Smirnov.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Total Pengunjung Marketplace	2
Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian	52
Gambar 4.1 Tokopedia.....	77
Gambar 4.2 Maskot Tokopedia.....	77
Gambar 4.3 Grafik Heteroskedastisitas.....	105
Gambar 4.4 Grafik P-Plot	107