

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Kegunaan Penelitian	13
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	14
G. Penegasan Istilah.....	15
H. Sistematika Penulisan Skripsi	18

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Hakikat Situs <i>E-commerce</i>	21
1. Cara Kerja Sebuah Situs <i>E-Commerce</i>	23
2. Desain dan Pengembangan Situs <i>E-Commerce</i>	24
3. Situs <i>E-Commerec</i> di Indonesia	25
B. Hakikat Minat Beli	26
1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	27
2. Tipe Pembeli/Konsumen	28
3. Indikator Minat Beli Konsumen.....	29
C. Hakikat Kemudahan Penggunaan.....	30
1. Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	32
2. Indikator Kemudahan Penggunaan	32
D. Hakikat Daya Tarik Iklan.....	32
1. Jenis-Jenis Iklan	33
2. Model Sikap Terhadap Iklan.....	36
3. Karakteristik Daya Tarik Iklan.....	37
4. Ada Bebarapa Daya Tarik Iklan.....	38
5. Indikator Daya Tarik Iklan.....	39
E. Hakikat Kepercayaan.....	39
1. Jenis Kepercayaan	40
2. Kepercayaan Konsumen Pada Transaksi <i>E-Commerce</i>	41
3. Indikator Kepercayaan	42
F. Penelitian Terdahulu	43

G. Kerangka Konseptual	47
H. Hipotesis Penelitian.....	49
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	51
B. Populasi Sampling dan Sampel Penelitian	52
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran.....	55
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	57
E. Teknik Analisis Data	60
BAB IV: HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	68
B. Karakteristik Responden	70
C. Hasil Penelitian.....	75
D. Analisis Data	78
BAB V: PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli	
Menggunakan Situs <i>E-Commerce</i> Pada Masyarakat	
Kabupaten Tulungagung	93
B. Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli	
Menggunakan Situs <i>E-Commerce</i> Pada Masyarakat	
Kabupaten Tulungagung	95
C. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli	
Menggunakan Situs <i>E-Commerce</i>	
Pada Masyarakat Kabupaten Tulungagung.....	97

D. Pengaruh Simultan antara Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Iklan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Menggunakan Situs <i>E-Commerce</i> Pada Masyarakat Kabupaten Tulungagung	99
--	----

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	101
B. Saran	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN