

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Moto dan Persembahan	iv
Pernyataan Keaslian Karya	v
Persetujuan Unggah Karya Tulis	vi
Halaman Abstraksi	vii
Halaman Abstract	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pasar Tradisional dan Pasar Modern	10

B. <i>E-commerce</i>	11
C. Kepercayaan	
1. Dimensi Kepercayaan	15
2. Faktor-Faktor Pembentuk Kepercayaan	16
3. Jenis-Jenis Kepercayaan	16
D. Hubungan Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen	17
E. Kepuasan Konsumen	18
F. Hubungan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	20
G. Loyalitas Konsumen	
1. Jenis-Jenis Loyalitas	22
2. Karakteristik Loyalitas	24
3. Faktor Antecedent Loyalitas	24
4. Cara Mengukur Loyalitas	25
H. Hubungan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen	28
I. Penelitian Terdahulu	28
J. Model Penelitian	33
K. Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	38
B. Ruang Lingkup Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	39
D. Metode Pengumpulan Data	40

E. Sumber Data	41
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
G. Teknik Analisis Data	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden	53
B. Uji Validitas dan Uji Relibilitas	58
C. Uji Asumsi Klasik	60
D. Pengujian Hipotesis dan Model Regresi Berganda	64
E. Pengujian Hipotesis dan Model Regresi Sederhana	68
F. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	70
G. Pembahasan	82

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	87
B. Implikasi Manajerial	87
C. Saran	89

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Keuntungan dan Kerugian <i>E-commerce</i> Bagi Pembeli	12
Tabel 2.2 Keuntungan dan Kerugian <i>E-commerce</i> Bagi Penjual.....	13
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4.2 Usia Responden	54
Tabel 4.3 Pendidikan Responden	54
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	55
Tabel 4.5 Pendapatan Responden	55
Tabel 4.6 Vendor <i>E-commerce</i> yang Sering Digunakan Responden	56
Tabel 4.7 Waktu Terakhir Berbelanja Melalui <i>E-commerce</i>	57
Tabel 4.8 Produk yang Paling Sering Dibeli Melalui <i>E-commerce</i>	57
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas	58
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastitas dengan Uji Glejser	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteoskedastitas dengan Uji Glesjer	63
Tabel 4.16 Hasil Uji t	64
Tabel 4.17 Hasil Uji F	66
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	66

Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	67
Tabel 4.20 Hasil Uji t	68
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	69
Tabel 4.23 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	70
Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	71
Tabel 4.25 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	74
Tabel 4.26 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	75
Tabel 4.27 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	78
Tabel 4.28 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah dan Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 2.1	Model Penelitian	34
Gambar 3.1	Model Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Tabulasi Data
- Lampiran 2 Pengujian Reliabilitas
- Lampiran 3 Pengujian Validitas
- Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5 Model Regresi Pertama (Uji Regresi Linier Berganda)
- Lampiran 6 Model Regresi Kedua (Uji Regresi Linier Sederhana)
- Lampiran 7 Uji Analisis jalur (*Path Analysis*)
- Lampiran 8 Kartu Bimbingan Skripsi