DAFTAR ISI

Halaman Judul i

Halaman Persetujuan Pembimbing ii

Halaman Pengesahan iii

Halaman Motto dan Persembahan iv

Pernyataan Keaslian Karya v

Pernyataan Persetujuan Unggah Karya Tulis Skripsi vi

Abstraksi vii

Abstract viii

Kata Pengantar ix

Daftar Isi xi

Daftar Tabel xv

Daftar Gambar xvii

Daftar Lampiran xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 9

C. Tujuan Penelitian 10

D. Manfaat Penelitian 10

E. Sistematika Penulisan 11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran 13

B. Pengertian Manajemen Pemasaran 14

C. *E-Commerce* 15

D. Kepercayaan 17

E. Kemudahan 19

F. Kualitas Informasi 21

G. Persepsi Harga 22

H. Keputusan Pembelian 23

I. Perilaku Konsumen 26

J. Saluran Distribusi 27

K. Traveloka 31

L. Penelitian Terdahulu 32

M. Model Penelitian 34

N. Hipotesis 34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 36

B. Populasi dan Sampel 36

C. Jenis Data Penelitian 37

D. Teknik Pengumpulan Data 37

E. Opersional Variabel 39

F. Teknik Analisis Data 41

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Identitas Responden 47

B. Analisis Statistik Deskripsi Variabel Kepercayaan, Kemudahan, kualitasn informasi, persepsi harga dan keputusan pembelian 50

C. Uji Validitas 57

D. Uji Reliabilitas 59

E. Uji Asumsi Klasik 60

F. Analisis Regresi Linear Berganda 63

G. Uji Goodness Of Fit 65

H. Pembahasan 69

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan..... 73

B. Keterbatasan 74

C. Saran 75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Popularitas situs pemesanan tiket dan kamar hotel..... 3

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu..... 32

Tabel 3.1 Operasional Variabel..... 40

Tabel 4.1 Tanggapan responden terhadap kepercayaan..... 51

Tabel 4.2 Tanggapan responden terhadap kemudahan 52

Tabel 4.3 Tanggapan responden terhadap kualitas informasi..... 53

Tabel 4.4 Tanggapan responden terhadap persepsi harga..... 54

Tabel 4.5 Tanggapan responden terhadap keputusan pembelian..... 55

Tabel 4.6 Tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian..... 56

Tabel 4.7 Uji Validitas 57

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas 59

Tabel 4.9 Uji One-Sample K-S 60

Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas 61

Tabel 4.11 Uji Glejser..... 62

Tabel 4.12 Analisis Regresi Linear Berganda..... 63

Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... 65

Tabel 4.14 Uji F 66

Tabel 4.15 Uji T 67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pencarian belanja *online*..... 2

Gambar 2.1 Model Pemikiran..... 32

Gambar 4.1 Jenis Kelamin..... 47

Gambar 4.2 Usia..... 48

Gambar 4.3 Pekerjaan..... 48

Gambar 4.4 Uang Saku/Penghasilan..... 49

Gambar 4.5 Perangkat yang Digunakan..... 50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Tabulasi Hasil Jawaban Responden
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kepercayaan
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kemudahan
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kualitas Informasi
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Persepsi Harga
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan
Lampiran 8	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 9	Uji Regresi Linear Berganda
Lampiran 10	Uji Koefisien Determinasi
Lampiran 11	Uji F
Lampiran 12	Uji T
Lampiran 13	Penyebaran Kuesioner melalui *facebook*
Lampiran 14	Kartu Bimbingan Skripsi