

DAFTAR ISI

JUDUL.....	I
ABSTRAK.....	II
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	VI
PERNYATAAN ORISINALITAS	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR GAMBAR	XVII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH	5
C. PEMBatasan MASALAH	5
D. PERUMUSAN MASALAH	6
E. KEGUNAAN PENELITIAN	6
BAB II.....	7
KAJIAN TEORITIK.....	7
A. DESKRIPSI KONSEPTUAL.....	7
1. Deskripsi Minat Belanja Online (Y)	7
2. Deskripsi <i>Attitude towards Online Shopping</i> (X1)	9
3. Deskripsi Kepercayaan (X2)	13

B. HASIL PENELITIAN YANG RELEVAN	19
C. KERANGKA TEORITIK	29
D. PERUMUSAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	32
BAB III	34
METODOLOGI PENELITIAN.....	34
A. TUJUAN PENELITIAN	34
B. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN.....	34
C. METODE PENELITIAN	35
D. POPULASI DAN SAMPEL.....	35
1. Populasi	35
2. Sampel.....	36
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	39
F. OPERASIONALISASI VARIABEL PENELITIAN	40
G. TEKNIK ANALISIS DATA	44
H. PILOT TEST	49
BAB IV	57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. DESKRIPSI UNIT ANALISIS	57
1. Profil Responden	57
2. Deskripsi Variabel	59
B. UJI INSTRUMEN.....	78
1. Uji instrumen variabel minat belanja <i>online</i>	78
2. Uji instrumen <i>attitude towards online shopping</i>	79

3. Uji instrumen variabel kepercayaan	81
C. Uji ASUMSI KLASIK MODEL REGRESI BERGANDA.....	83
1. Uji Normalitas	83
2. Uji Multikolinieritas	86
3. Uji Heteroskedastisitas	87
D. PENGUJIAN HIPOTESIS	89
1. Uji Regresi Parsial.....	89
2. Uji Regresi Bersama-Sama	91
3. Uji Determinasi	92
E. PEMBAHASAN	93
F. KEKURANGAN PENELITIAN	95
BAB V	96
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	96
A. KESIMPULAN.....	96
B. IMPLIKASI	96
C. SARAN	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN I	105
LAMPIRAN II	109
RIWAYAT HIDUP PENULIS	130

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner.....	107
Lampiran II	Hasil Penelitian	111

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1	Hasil Penelitian yang relevan	28
Tabel III. 1	Waktu penelitian	35
Tabel III. 2	Klasifikasi sampel dan teknik penentuan sampel	37
Tabel III. 3	Skala likert	40
Tabel III. 4	Operasionalisasi variabel <i>attitude towards online shopping</i> ..	40
Tabel III. 5	Operasionalisasi variabel kepercayaan	42
Tabel III. 6	Operasionalisasi variabel minat belanja <i>online</i>	43
Tabel III. 7	Status dan pekerjaan	50
Tabel III. 8	Pengalaman berbelanja <i>online</i>	50
Tabel III. 9	Usia	50
Tabel III. 10	Jenis kelamin	51
Tabel III. 11	KMO variabel <i>attitude towards online shopping</i>	51
Tabel III. 12	Validitas dan reliabilitas variabel <i>attitude towards online shopping</i>	52
Tabel III. 13	KMO variabel kepercayaan	54
Tabel III. 14	Validitas dan reliabilitas variabel kepercayaan	54
Tabel III. 15	KMO variabel minat belanja <i>online</i>	55
Tabel III. 16	Validitas dan reliabilitas variabel minat belanja <i>online</i>	55
Tabel IV. 1	Jenis kelamin	58
Tabel IV. 2	Usia	58
Tabel IV. 3	Pekerjaan	59

Tabel IV. 4	Variabel minat berbelanja <i>online</i> dari generasi-Y	60
Tabel IV. 5	Variabel minat berbelanja <i>online</i> dari generasi-X	61
Tabel IV. 6	Variabel minat berbelanja <i>online</i> dari generasi- <i>baby boomer</i>	63
Tabel IV. 7	Variabel <i>attitude towards online shopping</i> dari generasi-Y....	65
Tabel IV. 8	Variabel <i>attitude towards online shopping</i> dari generasi-X.....	67
Tabel IV. 9	Variabel <i>attitude towards online shopping</i> dari generasi- <i>baby boomer</i>	69
Tabel IV. 10	Variabel kepercayaan dari generasi-Y	72
Tabel IV. 11	Variabel kepercayaan dari generasi-X	74
Tabel IV. 12	Variabel kepercayaan dari generasi <i>baby boomer</i>	76
Tabel IV. 13	KMO variabel minat belanja <i>online</i>	78
Tabel IV. 14	Validitas dan reliabilitas variabel minat belanja <i>online</i>	79
Tabel IV. 15	KMO variabel <i>attitude towards online shopping</i>	80
Tabel IV. 16	Validitas dan reliabilitas variabel <i>attitude towards online</i> <i>shopping</i>	80
Tabel IV. 17	KMO variabel kepercayaan	81
Tabel IV. 18	Validitas dan reliabilitas variabel kepercayaan	82
Tabel IV. 19	Uji normalitas	83
Tabel IV. 20	Uji multikolinieritas	87
Tabel IV. 21	Uji heteroskedastisitas	87
Tabel IV. 22	Uji regresi berganda.....	90
Tabel IV. 23	Uji regresi bersama-sama	91

Tabel IV. 24 Uji determinasi	92
Tabel IV. 25 Hasil penelitian	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1	Model penelitian Ling, Chai dan Piew.....	20
Gambar II. 2	Model penelitian Mengli.....	22
Gambar II. 3	Model penelitian Thananuraksakul	24
Gambar II. 4	Model penelitian Zarrad dan Debabi.....	26
Gambar II. 5	Model penelitian Ling, <i>et. al.</i>	27
Gambar II. 6	Model Penelitian yang akan Diuji	32
Gambar IV. 1	Histogram normalitas variabel <i>attitude towards online shopping</i> dan minat belanja <i>online</i>	84
Gambar IV. 2	Histogram normalitas variabel kepercayaan dan minat belanja <i>online</i>	85
Gambar IV. 3	Histogram normalitas <i>attitude towards online shopping</i> , variabel kepercayaan dan minat belanja <i>online</i>	85
Gambar IV. 4	<i>Scatterplot</i> heteroskedastisitas.....	89

