

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	16
1.4 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	19
2.1 Landasan Teori .....	19
2.1.1 Teori Permintaan.....	20
2.1.2 <i>Veblen Effect</i> .....	21
2.1.3 Teori Perilaku Konsumen .....	22
2.1.4 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	23
2.1.5 <i>Marketing Mix (Bauran Pemasaran)</i> .....	25
2.1.6 <i>Travel Website dan E-Commerce</i> .....	27
2.1.7 Persepsi Harga.....	31
2.1.8 Promosi .....	32
2.1.9 Keputusan Pembelian.....	35
2.1.10 Kepercayaan.....	39

2.1.11	Ibadah Umroh.....	41
2.2	Penelitian Terdahulu.....	43
2.3	Hubungan Antar Variabel .....	52
2.3.1	Hubungan antara Persepsi Kegunaan dengan Kepercayaan .....	52
2.3.2	Hubungan antara Persepsi Kemudahan dengan Kepercayaan .....	53
2.3.3	Hubungan antara Persepsi Harga dengan Kepercayaan.....	54
2.3.4	Hubungan antara Promosi dengan Kepercayaan.....	55
2.3.5	Hubungan antara Persepsi Kegunaan dengan Keputusan Pembelian . .....	56
2.3.6	Hubungan antara Persepsi Kemudahan dengan Keputusan Pembelian .....	57
2.3.7	Hubungan antara Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian....	57
2.3.8	Hubungan antara Promosi dengan Keputusan Pembelian .....	58
2.3.9	Hubungan antara Kepercayaan dengan Keputusan Pembelian.....	59
2.4	Kerangka Pemikiran .....	60
2.5	Hipotesis .....	61
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>63</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	63
3.1.1	Variabel Penelitian .....	63
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	64
3.2	Populasi dan Sampel .....	68
3.2.1	Populasi .....	68
3.2.2	Sampel.....	69
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	71
3.3.1	Jenis Data Penelitian .....	71
3.3.2	Sumber Data.....	71
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	71
3.4.1	Kuesioner / Angket .....	71
3.4.2	Studi Literatur .....	72
3.5	Metode Analisis.....	73
3.5.1	Uji Reliabilitas .....	73
3.5.2	Uji Validitas .....	74
3.5.3	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	74
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....</b>		<b>80</b>

4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	80
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	80
4.1.2	Gambaran Umum Responden .....	81
4.1.3	Analisis Deskriptif Variabel.....	85
4.2	Analisis Data .....	91
4.2.1	Pengujian Pada Instrumen Penelitian.....	91
4.2.2	Analisis SEM-PLS .....	93
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	105
4.3	Pembahasan Penelitian .....	119
4.3.1	Pengaruh Persepsi Kegunaan (PG) Terhadap Kepercayaan (K) Memesan Perjalanan Umroh Secara <i>Online</i> Musapir Tours .....	119
4.3.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan (PK) Terhadap Kepercayaan (K) Memesan Perjalanan Umroh Secara <i>Online</i> Musapir Tours .....	120
4.3.3	Pengaruh Persepsi Harga (PH) Terhadap Kepercayaan (K) Memesan Perjalanan Umroh Secara <i>Online</i> Musapir Tours .....	121
4.3.4	Pengaruh Promosi (P) Terhadap Kepercayaan (K) Memesan Perjalanan Umroh Secara <i>Online</i> Musapir Tours .....	122
4.3.5	Pengaruh Persepsi Kegunaan (PG) Terhadap Keputusan Pembelian (KP) Memesan Perjalanan Umroh Secara <i>Online</i> Musapir Tours.....	123
4.3.6	Pengaruh Persepsi Kemudahan (PK) Terhadap Keputusan Pembelian (KP) Memesan Perjalanan Umroh Secara <i>Online</i> Musapir Tours.....	125
4.3.7	Pengaruh Persepsi Harga (PH) Terhadap Keputusan Pembelian (KP) Memesan Perjalanan Umroh Secara <i>Online</i> Musapir Tours .....	126
4.3.8	Pengaruh Promosi (P) Terhadap Keputusan Pembelian (KP) Memesan Perjalanan Umroh Secara <i>Online</i> Musapir Tours .....	127
4.3.9	Pengaruh Kepercayaan (K) Terhadap Keputusan Pembelian (KP) Memesan Perjalanan Umroh Secara <i>Online</i> Musapir Tours .....	128
BAB V KESIMPULAN.....		130
5.1	Kesimpulan.....	130
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	131
5.3	Saran .....	131
DAFTAR PUSTAKA .....		133
LAMPIRAN LAMPIRAN .....		148