

## DAFTAR ISI

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 TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	13
1.3.1 Tujuan .....	13
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	14
1.4 Sistematika Penelitian .....	15
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori .....	17
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	17
2.1.2 Keamanan Konsumen .....	19
2.1.3 Kualitas Informasi.....	20
2.1.4 Kepercayaan.....	21
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	27
2.3.1 Pengaruh Keamanan Konsumen Terhadap Kepercayaan .....	27
2.3.2 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepercayaan.....	28
2.3.3 Pengaruh Keamanan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian ..	29
2.3.4 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.5 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.4 Kerangka Pemikiran Teoretis .....	31
2.5 Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	34
3.1.1 Variabel Penelitian .....	34
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	36
3.2 Populasi dan Sampel .....	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel .....	37

3.3	Jenis dan Sumber Data .....	39
3.3.1	Jenis Data .....	39
3.3.2	Sumber Data .....	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.4.1	Kuesioner .....	40
3.4.2	Studi Literatur .....	41
3.5	Teknik Analisis Data .....	41
3.5.1	Uji Instrumen .....	41
3.5.2	Uji <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) .....	43
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	48
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	48
4.1.2	Gambaran Umum Wilayah Penelitian .....	50
4.2	Gambaran Umum Responden Penelitian .....	54
4.2.1	Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
4.2.2	Persebaran Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.2.3	Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
4.3	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	56
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keamanan Konsumen .....	60
4.3.2	Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Informasi .....	61
4.3.3	Hasil Analisis Deskriptif Kepercayaan .....	63
4.3.4	Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	64
4.4	Hasil Analisis Data .....	66
4.4.1	Hasil Analisis <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	66
4.4.2	Hasil Analisis <i>Full Model</i> SEM.....	73
4.4.3	Hasil Pengujian Asumsi SEM.....	76
4.4.4	Hasil Pengujian Hipotesis .....	82
4.4.5	Hasil Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total .....	85
4.5	Pembahasan.....	86
4.5.1	Pengaruh Keamanan Konsumen Terhadap Kepercayaan .....	86
4.5.2	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepercayaan.....	87
4.5.3	Pengaruh Keamanan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian ..	88
4.5.4	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	90
4.5.5	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	91
BAB V	PENUTUP.....	92
5.1	Kesimpulan .....	92
5.2	Implikasi Penelitian.....	93
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	96
5.4	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	97
	DAFTAR PUSTAKA .....	99
	LAMPIRAN.....	104