



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian:	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian:	12
1.4 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II	15

TELAAH PUSTAKA.....	15
2.1 Teori	15
2.1.1 Theory of Planned Behaviour	15
2.1.2 Perilaku Konsumen	17
2.1.3 Minat Beli Konsumen	30
2.1.4 Kualitas Produk.....	33
2.1.5 Kepercayaan.....	35
2.1.6 Resiko yang dirasakan (<i>Perceived Risk</i>).....	38
2.1.7 Pandemi Covid-19.....	42
2.1.8 <i>E-commerce</i>	43
2.2 Hubungan Antar Variabel	44
2.2.1 Hubungan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen.....	44
2.2.2 Hubungan Kepercayaan terhadap Minat Beli Konsumen.....	45
2.2.3 Hubungan Resiko yang dirasakan terhadap Minat Beli Konsumen.....	46
2.3 Penelitian Terdahulu	47
2.4 Kerangka Pemikiran.....	57
2.5 Hipotesis.....	58
BAB III.....	59
METODOLOGI PENELITIAN	59
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	60
3.1.1 Variabel Penelitian.....	60
3.1.2 Definisi Operasional.....	61
3.2 Populasi dan Sampel	64
3.2.1 Populasi.....	64
3.2.2 Sampel.....	65
3.3 Jenis dan Sumber Data	66
3.3.1 Jenis Data	66
3.3.2 Sumber Data.....	67

3.4	Metode Pengumpulan Data	68
3.4.1	Studi Pustaka.....	68
3.4.2	Kuesioner	68
3.5	Metode Analisis Data	69
3.5.1	Analisis Deskriptif	70
3.5.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	72
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	73
3.5.4	Analisis Linear Berganda.....	76
3.5.5	Uji <i>Goodness of Fit</i>	77
BAB IV	81
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	81
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	81
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	81
4.2	Gambaran Umum Responden	81
4.2.1	Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Kelamin	82
4.2.2	Gambaran Umum Berdasarkan Umur.....	83
4.2.3	Gambaran Umum Berdasarkan Agama	84
4.2.4	Gambaran Umum Berdasarkan Pekerjaan	85
4.3	Metode Analisis Data	86
4.3.1	Analisis Deskriptif	86
4.4	Analisis Data	89
4.4.1	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X1)	89
4.4.2	Deskripsi Variabel Kepercayaan (X2)	90
4.4.3	Deskripsi Variabel Resiko yang Dirasakan/ Perceived Risk (X3).....	91
4.4.4	Deskripsi Variabel Minat Beli	92
4.4.5	Uji Validitas	94
4.4.6	Uji Reabilitas.....	96
4.4.7	Deteksi Asumsi Klasik.....	97

4.4.7.1 Uji Normalitas.....	97
4.4.7.2 Uji Multikolinearitas.....	100
4.4.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	101
4.4.8 Analisis Linear Berganda.....	105
4.4.9 Uji Goodness of Fit.....	107
4.4.9.1 Uji T (Uji Signifikansi Parsial).....	107
4.4.9.2 Uji F (Uji Signifikan Simultan).....	109
4.4.9.3 Uji R ² (Uji Koefisien Determinasi).....	110
4.5 Interpretasi Hasil.....	112
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	112
4.5.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli.....	113
4.5.3 Pengaruh Resiko yang Dirasakan terhadap Minat Beli.....	114
BAB V.....	116
PENUTUP.....	116
5.1 Kesimpulan.....	116
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	117
5.3 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	119
LAMPIRAN.....	124
LAMPIRAN A KUESIONER.....	124
LAMPIRAN B DAFTAR JAWABAN RESPONDEN.....	134
LAMPIRAN C HASIL OLAH DATA SPSS.....	146

FEB UNDIP



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	2
Tabel 1.2.....	2
Tabel 1.3.....	7
Tabel 2.1.....	47
Tabel 2.1.....	57
Tabel 3.1.....	60
Tabel 3.2.....	62
Tabel 3.3.....	69
Tabel 4.1.....	82
Tabel 4.2.....	83
Tabel 4.3.....	84
Tabel 4.4.....	85
Tabel 4.5.....	89
Tabel 4.6.....	90
Tabel 4.7.....	91
Tabel 4.8.....	93
Tabel 4.9.....	94
Tabel 4.10.....	96
Tabel 4.11.....	100
Tabel 4.12.....	101
Tabel 4.13.....	104
Tabel 4.14.....	105
Tabel 4.15.....	107
Tabel 4.16.....	110
Tabel 4.17.....	111



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	7
Gambar 2.1.....	27
Gambar 4.1.....	98
Gambar 4.2.....	99
Gambar 4.3.....	103

FEB UNDIP