

DAFTAR ISI

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Penelitian Terdahulu.....	14
B. Teori Yang Digunakan.....	18
C. Kerangka Konseptual.....	32
D. Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Sifat Penelitian.....	38
C. Lokasi dan periode penelitian.....	39
1. Lokasi Penelitian.....	39
2. Periode Penelitian.....	39

D. Populasi dan Sampel.....	39
1. Populasi.....	39
2. Sampel	39
3. Teknik Sampling.....	40
E. Sumber Data.....	40
F. Metode Pengumpulan Data	41
G. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	42
H. Metode Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Deskripsi Objek Penelitian	50
B. Karakteristik Responden.....	58
C. Deskripsi Jawaban Responden.....	61
D. Evaluasi Model Pengukuran.....	69
E. Evaluasi Model Struktural.....	73
F. Pengujian Hipotesis.....	76
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
BAB V HASIL KESIMPULAN DAN SARAN	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung <i>E-Commerce</i>	3
Tabel 1.2 Pengguna Lazada di Kelurahan Deblod Sundoro	4
Tabel 1.3 Pra Survei Variabel Keputusan Pembelian.....	5
Tabel 1.4 Pra Survei Variabel <i>Brand Image</i>	6
Tabel 1.5 Pra Survei Kepercayaan	8
Tabel 1.6 Pra Survei Variabel Minat Beli	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Skala Jawaban Kuesioner.....	41
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Dibeli.....	61
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Item Jawaban Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Item Jawaban Variabel Minat Beli.....	64
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Item Jawaban Variabel <i>Brand Image</i>	66
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Item Jawaban Variabel Kepercayaan.....	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas instrumen Menggunakan <i>Loading Factor</i>	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas instrumen Menggunakan <i>Cross Loading</i>	71
Tabel 4.11 Perhitungan AVE, <i>Cronbach Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i>	73
Tabel 4.12 Nilai Korelasi	74

Tabel 4.13 Path <i>Coefficients</i>	77
Tabel 4.14 <i>Indirect Effects</i>	81
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. <i>Platform Belanja Online</i> yang sering digunakan	2
Gambar 1.2 <i>Platform E-commerce</i> Secara Nasional.....	7
Gambar 2.1 Fungsi manajemen pemasaran	19
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	32
Gambar 4.1. Logo Lazada	52
Gambar 4.2 Penghargaan Lazada.....	54
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Lazada	55
Gambar 4.3. <i>Outer Models</i>	69
Gambar 4.4 Model Struktural <i>Inner Models</i>	74

