

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

ABSTRAK----- i

ABSTRACT----- ii

KATA PENGANTAR-----iii

DAFTAR ISI-----vii

DAFTAR TABEL----- xi

DAFTAR GAMBAR -----xii

DAFTAR LAMPIRAN -----xiii

BAB. I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang----- 1

1.2. Identifikasi Masalah -----11

1.3 Pembatasan Masalah -----11

1.4. Perumusan Masalah-----12

1.5 Tujuan Penelitian-----12

1.6 Manfaat Penelitian-----13

BAB. II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoritis..... 14

2.1.1 Pengalaman Berbelanja..... 14

2.1.1.1 Pengertian Pengalaman Berbelanja..... 14

2.1.1.2 Kategori pada Pengalaman Berbelanja Konsumen..... 11

2.1.1.3 Indikator Pengalaman Sebelumnya 17

2.1.2 Kepercayaan Konsumen..... 18

2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen 18

2.1.2.2 Dimensi Kepercayaan Konsumen..... 19

2.1.2.3 Pengaruh Pengalaman Terhadap Kepercayaan Konsumen.....	21
2.1.3 Minat Beli.....	21
2.1.3.1 Pengertian Minat Beli.....	21
2.1.3.2 Aspek-Aspek Dalam Minat Beli.....	23
2.1.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	24
2.1.5.4 Indikator Minat Beli	26
2.2 Penelitian Relevan	26
2.3 Kerangka Berpikir	30
2.4 Hipotesis	32

BAB. III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian -----	33
3.2 Populasi dan sampel -----	33
3.2.1 Populasi-----	33
3.2.2 Sampel -----	34
3.3 Variabel Penelitian dan Devinisi Operasional-----	36
3.3.1 Variabel Penelitian -----	36
3.3.2 Definisi Operasional -----	36
3.4. Teknik Pengumpulan Data -----	38
3.5. Instrumen Penelitian -----	41
3.5.1 Uji Validitas -----	41
3.5.2 Uji Reliabilitas -----	42
3.6 Teknik Analisis Data -----	43
3.6.1 Uji Asumsi Klasik -----	43
3.6.1.1 Uji Normalitas -----	43
3.6.1.2 Uji Multikolinearitas-----	44
3.6.1.3 Uji Heterokedastisitas -----	44

3.6.2 Analisis Regresi Berganda	45
3.6.3 Uji Hipotesis	45
3.6.3.1 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	46
3.10 Uji Parsial (Uji T)	47
3.11 Uji Koefisien Determinan (R^2)	48
BAB. IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Deskripsi Lazada Indonesia	49
4.1.1.1 Gambaran Umum Lazada Indonesia	49
4.1.1.2 Visi dan Misi Lazada Indonesia	50
4.1.2 Identifikasi Responden	50
4.2 Uji Validitas dan Reabilitas	52
4.2.1 Uji Validitas dan Reabilitas Pengalaman Sebelumnya	53
4.2.2 Uji Validitas dan Reabilitas Kepercayaan Konsumen	54
4.2.3 Uji Validitas dan Reabilitas Minat Beli	56
4.3 Uji Asumsi Klasik	57
4.3.1 Uji Normalitas Data	57
4.3.2 Uji Multikolinearitas	59
4.3.3 Uji Heterokedastisitas	61
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	62
4.5 Uji Parsial (Uji t)	64
4.5.1 Pengujian Pengaruh Pengalaman Sebelumnya Terhadap Minat Beli	65
4.5.2 Pengujian Pengaruh <i>Kepercayaan Konsumen</i> Terhadap Minat Beli	65
4.6 Uji Simultan (Uji F)	65
4.7 Koefisien Determinasi (R^2)	66

4.8 Pembahasan Penelitian -----	67
4.8.1 Pengaruh Pengalaman Sebelumnya terhadap Minat Beli -----	67
4.8.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli -----	68
4.8.3 Pengaruh Pengalaman Sebelumnya dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli -----	69

BAB. V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan -----	71
5.2 Saran -----	72

DAFTAR PUSTAKA -----	74
-----------------------------	----

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

