

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran	15
2.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran..	16
2.2 Persepsi	19
2.2.1 Harga	21
2.2.2 Persepsi Harga	21
2.2.3 Dimensi Persepsi Harga	24

2.2.4	Strategi Penentuan Harga	34
2.2.5	Tujuan Penentuan Harga	37
2.3	Kepercayaan	38
2.3.1	Jenis–Jenis Kepercayaan	
	Konsumen	42
2.3.2	Sifat-Sifat Kepercayaan	44
2.3.3	Alat Ukur Kepercayaan	45
2.4	Minat Beli	50
2.4.1	Faktor yang Mempengaruhi	
	Minat Beli	55
2.4.2	Unsur-Unsur Minat Beli	56
2.4.3	Belanja <i>Online</i>	58
2.5	Kerangka Pemikiran	60
2.6	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap	
	Minat Beli Secara <i>Online</i>	61
2.7	Pengaruh Kepercayaan Terhadap	
	Minat Beli Secara <i>Online</i>	63
2.8	Pengaruh Persepsi Harga dan	
	Kepercayaan Terhadap Minat Beli	
	Secara <i>Online</i>	64
2.9	Penelitian Terdahulu	66
2.10	Hipotesis Penelitian	69

BAB III

OBJEK PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	71
3.2	Metode Penelitian	71
3.2.1	Teknik Analisis Data	71
3.2.2	Skala Pengukuran	72
3.3	Populasi dan Sampel	73
3.4	Operasional Variabel	76
3.4.1	Variabel Independen	76
3.4.2	Variabel Dependen	76
3.5	Teknik Pengumpulan Data	79
3.6	Analisis Data	80
3.6.1	Analisis Deskriptif	80
3.6.2	<i>Goodness of Measurement</i>	81
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	83
3.6.3.1	Uji Heteroskeastisitas ..	83
3.6.3.2	Uji Multikolinearitas ...	84
3.6.3.3	Uji Linearitas	86
3.6.3.4	Uji Normalitas	87
3.6.4	Analisis Regresi	88
3.6.5	Pengujian Hipotesis	89

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Industri <i>Fashion Online Shopping</i>	95
4.2	Profil Responden	98
4.3	Pembahasan Penelitian	104
4.3.1	Analisis Deskriptif Persepsi Harga, Kepercayaan, dan Minat Beli	104
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga	106
4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan	112
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli	120
4.4	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	125
4.4.1	Hasil Uji Validitas	125
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	128
4.5	Uji Asumsi Klasik	130
4.6	Analisis Regresi Berganda	136
4.7	Implikasi Manajerial	141

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	143
5.2 Saran	145

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

