

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT UNTUK TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Ruang Lingkup	7
1.5 Manfaat Penelitian	7

BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Keputusan Pembelian	8
2.2 Definisi Konseptual Variabel	9
2.2.1 Kepercayaan	9
2.2.2 Keamanan	11
2.2.3 Risiko	12
2.3 Kaitan antar Variabel	13
2.3.1 Hubungan antara keputusan pembelian dan kepercayaan	13
2.3.2 Hubungan antara kepercayaan dan keamanan	14
2.3.2 Hubungan antara keputusan pembelian dan keamanan	14
2.3.3 Hubungan antara keputusan pembelian dan risiko	15

2.4 Penelitian Sebelumnya	18
2.5 Kerangka Pemikiran	29
2.6 Hipotesis Penelitian	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Periode Penelitian	32
3.2 Sumber dan Pengumpulan Data	33
3.3 Populasi, Sampe dan Teknik Pengambilan Sampel	34
3.4 Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	40
3.5 Metode Analisis	38
3.6 Analisis Data	39
3.7 Analisis Hipotesis	40
3.8 Analisis Mediasi	41

BAB IV ANALISIS DAN BAHAN PENELITIAN

4.1 Profil Responden	43
4.1.1 Umur	44
4.1.2 Jenis Kelamin	45
4.1.3 Aplikasi marketplace yang sering digunakan	45
4.2 Hasil Analisis Data	46
4.2.1. Deskripsi Objek Penelitian	47
4.3. Hasil Analisis Validitas	50
4.3.1 Pengujian Validitas Konvergen / Convergent Validity	51
4.4 Hasil Analisis Realibilitas	52
4.5 .Hasil Analisis Data	55
4.5.1 Hasil Analisis Multikolinearitas	55
4.5.2 R-Square (R ²)	55
4.5.3. Effect Size (f ²)	56
4.5.4. Predictive Relevance (Q ²)	57
4.6. Pengujian Hipotesis	58
4.7. Pembahasan	61

BAB V PENUTUP

5.1 .Kesimpulan.....	67
5.2 .Keterbatasan dan Saran.....	68
5.2.1 Keterbatasan	68
5.2.2 Saran	69

DAFTAR PUSTAKA.....	70-78
---------------------	-------

LAMPIRAN.....	79-113
---------------	--------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	114
---------------------------	-----

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 Definisi Konseptual Variabel Keputusan Pembelian.....	9
TABEL 2.2 Definisi Konseptual Variabel Kepercayaan.....	10
TABEL 2.3 Definisi Konseptual Variabel Keamanan.....	12
TABEL 2.4 Definisi Konseptual Variabel Risiko.....	13
TABEL 2.5 Penelitian Sebelumnya.....	18
TABEL 3.1 Operasional Variabel Kepercayaan.....	36
TABEL 3.2 Operasional Variabel Keamanan.....	36
TABEL 3.3 Operasional Variabel Risiko.....	37
TABEL 3.4 Operasional Variabel Keputusan Pembelian.....	37
TABEL 4.1 Tabel Hasil responden Atas Pernyataan Kepercayaan.....	47
TABEL 4.2 Tabel Hasil Responden Atas Pernyataan Keamanan.....	48
TABEL 4.3 Tabel Hasil Responden Atas Pernyataan Risiko.....	49
TABEL 4.4 Tabel Hasil Responden Atas Pernyataan Keputusan Pembelian.....	50
TABEL 4.5 Validitas Konvergen.....	51
TABEL 4.6 Validitas Diskriminan.....	52
TABEL 4.7 Hasil Analisis Reliabilitas Indikator.....	53
TABEL 4.8 Pengujian Reliabilitas.....	54
TABEL 4.9 Pengujian Multikolinearitas.....	55
TABEL 4.10 R-Square (R ²).....	56
TABEL 4.11 Effect Size (f ²).....	57
TABEL 4.12 Hasil Pengujian Redudansi Validasi-Silang Konstruk.....	58
TABEL 4.13 Hasil Pengujian Uji Hipotesis Pertama.....	59
TABEL 4.14 Hasil Pengujian Uji Hipotesis Kedua.....	59

TABEL 4.15 Hasil Pengujian Uji Hipotesis Ketiga.....	59
TABEL 4.16 Hasil Pengujian Uji Hipotesis Keempat.....	60
TABEL 4.17 Tabel Hasil Pengujian Hipotesis.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Digital Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Peningkatan pembelian <i>marketplace</i>	4
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	15
Gambar 2.2 Kerangka Model Penelitian.....	30
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	44
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi marketplace yang sering digunakan.....	46
Gambar 4.4 Tahapan Akhir Outer Model.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian.....	79
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	83
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas.....	85
Lampiran 4 Hasil Uji Hipotesis Menggunakan <i>SmartPLS 3</i>	89
Lampiran 5 Hasil Data Kuesioner Kepercayaan.....	92
Lampiran 6 Hasil Data Kuesioner Kemanan.....	98
Lampiran 7 Hasil Data Kuesioner Risiko.....	104
Lampiran 8 Hasil Data Kuesioner Keputusan Pembelian.....	109