

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	ii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat penelitian	5
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen	7
2.1.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen ...	8
2.1.3 Technology Acceptance Model (TAM)	9
2.1.4 Kepercayaan	10
2.1.5 Persepsi Risiko	12
2.1.6 Minat Beli	13
2.2 Penelitian Sebelumnya	14
2.3 Pengembangan Hipotesis	21
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli via Instagram	21
2.3.2 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli via Instagram	21
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli via Instagram	22
2.4 Kerangka Berpikir	23
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	24
3.2 Lokasi Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel	24
3.4 Jenis dan Sumber Data	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
3.6.1 Variabel Dependen	26

3.6.2 Variabel Independen	26
3.6.2.1 Kepercayaan	26
3.6.2.2 Persepsi Risiko	26
3.7 Alat Pengukuran Data	28
3.8 Uji Kualitas Data	28
3.8.1 Uji Validitas	28
3.8.2 Uji Reliabilitas	29
3.9 Uji Statistik Deskriptif	29
3.10 Analisis Regresi Linier Berganda	29
3.11 Uji Asumsi Klasik	30
3.11.1 Uji Normalitas	30
3.11.2 Uji Multikolinearitas	30
3.11.3 Uji Heteroskedastisitas	31
3.12 Uji Hipotesis	31
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI	
4.1 Identifikasi Responden	34
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	34
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	35
4.2 Rekapitulasi Jawaban Responden	35
4.2.1.1 Kepercayaan	35
4.2.1.2 Persepsi Risiko	36
4.2.1.3 Minat Beli	37
4.3 Analisis Data	38
4.3.1 Statistik Deskriptif	38
4.3.2 Uji Kualitas Data	39
4.3.2.1 Uji Validitas	39
4.3.2.2 Uji Reliabilitas	41
4.3.3 Uji Aumsi Klasik	41
4.3.3.1 Uji Normalitas	41
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas	42
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	43
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	43
4.3.5 Uji Hipotesis	44
4.3.5.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	44
4.3.5.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	46
4.3.5.1 Uji Koefisien Determinasi	46
4.4 Interpretasi Hasil Penelitian	47
4.4.1 Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Beli Via Instagram	47
4.4.2 Persespi Risiko Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Beli Via Instagram	48
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	49

5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	55



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya	16
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	34
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	35
Tabel 4.4	Rekapitulasi Jawaban Variabel Kepercayaan	35
Tabel 4.5	Rekapitulasi Jawaban Variabel Persepsi Risiko	36
Tabel 4.6	Rekapitulasi Jawaban Variabel Minat Beli	37
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif	38
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	39
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko	40
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	40
Tabel 4.11	Hasil Uji Realiabilitas	41
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.13	Analisis Regresi Linier Berganda	43
Tabel 4.14	Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	44
Tabel 4.15	Perbandingan Hasil Uji T	45
Tabel 4.16	Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	46
Tabel 4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	19
Gambar 3.1 Kurva Distribusi T	30
Gambar 4.1 Diagram Uji Normalitas	42
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Gambar 4.3 Diagram Uji t	45
Gambar 4.4 Diagram Uji F	46

