**DAFTAR ISI**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**LEMBAR PERNYATAAN**

**LEMBAR PERSEMBAHAN**

**ABSTRACT**

**ABSTRAK**

**KATA PENGANTAR**  i

**DAFTAR ISI**  iii

**DAFTAR TABEL** viii

**DAFTAR GAMBAR**  ix

# BAB I PENDAHULUAN

* 1. Latar Belakang Masalah 1
	2. Perumusan Masalah 7
	3. Tujuan Penelitian 8
	4. Manfaat Penelitian 9

**BAB II LANDASAN TEORI**

2.1 Keputusan Pembelian 10

2.1.1 Proses Keputusan Pembelian : Model Lima Tahap 11

 2.1.2 Komponen Keputusan Pembelian 15

2.1.3 Prilaku Keputusan Konsumen 17

 2.1.4 Peran Keputusan Pembelian 19

 2.1.5 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 20

2.2 Produk (Product) 21

 2.2.1 Pengertian Produk 21

 2.2.2 Klasifikasi Produk 23

 2.2.3 Indikator Produk 25

2.3 Harga 26

2.4 Faktor Psikologis 30

 2.5 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis 41

 2.5.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Produk *Online* Barang *Fashion* Di Kota Padang 41

2.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Produk *Online* Barang *Fashion* Di Kota Padang 43

2.5.3 Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Produk *Online* Barang *Fashion* Di Kota Padang 45

2.5.4 Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Produk *Online* Barang *Fashion* Di Kota Padang 46

2.5.5 Pengaruh Pembelajaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanjan Produk *Online* Brang *Fashion* Di Kota Padang 47

2.5.6 Pengaruh Keyakinan dan Sikap Terhadap Keputusan Konsumen *Dalam* Berbelanja Produk *Online* Barang *Fashion* Di Kota Padang 49

2.6 Kerangka Konseptual 50

**BAB III METODA PENELITIAN**

* 1. Objek Penelitian 52
	2. Populasi dan Sampel 52
	3. Jenis Data dan Sumber Data 54
	4. Teknik Pengumpulan Data 54
	5. Defenisi dan Operasional Variabel 55
	6. Skala pengukuran variable 58

3.7 Uji Instrumen Penelitian 58

 3.7.1 Uji Validitas 58

 3.7.2 Uji Reliabilitas 59

* 1. Metode Analisis Data 59

 3.8.1 Analisis Deskriptif 59

 3.8.2 Analisa Inferensial 60

 3.8.2.1 Uji Asumsi Klasik 60

 3.8.2.2 Regresi Linier Berganda 62

 3.8.2.3 Uji Koefisien Determinasi (R2) 63

 3.8.2.4 Uji F Kelayakan Model 63

3.9 Pengujian Hipotesis 64

 3.9.1 Uji T-tes Statistik 64

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1Deskripsi UmumResponden 66

 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 66

 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender 67

 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 68

 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku Tiap Bulan 70

 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 71

 4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Belanja *Online 72*

 4.2 Pengujian Validitas, Reliabilitas 72

4.2.1 Pengujian Validitas 72

4.2.2 Uji Reliabilitas 79

 4.3 Deskripsi Hasil Penelitian 80

 4.4 Uji Asumsi Klasik 88

 4.4.1 Uji Normalitas 88

 4.4.2 Uji Multikolinearitas 89

 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas 90

 4.5 Pembahasan Hasil Analisa Regresi Berganda 91

 4.5.1 Hasil Koefisien Determinasi (R2) 94

 4.5.2 Uji Kelayakan Model Uji F-Statistik 95

 4.5.3 Hasil Hipotesis dan Pembahasan 96

 4.5.3.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Produk Online Barang Fashion Di Kota Padang 96

 4.5.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Produk *Online* Barang *Fashion* Di Kota Padang 98

 4.5.3.3 Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Produk *Online* Barang *Fashion* Di Kota Padang 101

 4.5.3.4 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Produk *Online* Barang *Fashion* Di Kota Padang 103

 4.5.3.5 Pengaruh Pembelajaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Produk *Online* Barang *Fashion* Di Kota Padang 104

 4.5.3.6 Pengaruh Keyakinan dan Sikap Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Produk *Online* Barang *Fashion* Di Kota Padang 106

**BAB V** **PENUTUP**

* 1. 5.1 Kesimpulan 109
	2. 5.2 Implikasi Penelitian 109
	3. 5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran 110

 5.3.1 Keterbatasan Penelitian 110

 5.3.2 Saran 110

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Keluhan Konsumen Berbelanja Produk Online Barang Fashion November 2014 5

Tabel 3.1 Rekapitulasi Variabel Penelitian 57

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 66

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender 68

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 69

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku Per Bulan 70

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 71

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Belanja *Online* 72

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Produk Tahap 1 73

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Produk Tahap II 73

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Harga 74

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Motivasi 75

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Persepsi Tahap I 75

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Persepsi Tahap II 76

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Pembelajaran 77

Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Keyakinan dan Sikap 77

Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Keputusan Konsumen Tahap I 78

Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Keputusan Konsumen Tahap II 79

Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas 79

Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Variabel Produk 80

Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Variabel Harga 81

Tabel 4.20 Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi 82

Tabel 4.21 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi 83

Tabel 4.22 Distribusi Frekuensi Variabel Pembelajaran 84

Tabel 4.23 Distribusi Frekuensi Variabel Keyakinan dan Sikap 86

Tabe1 4.24 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian Konsume 87

Tabel 4.25 Uji Normalitas Onr Sample Kolmogorov-Smirnov 88

Tabel 4.26 Hasil Uji Multikolinearitas 89

Tabel 4.27 Hasil Analisa Regresi Berganda 91

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen 11

Gambar 2.2 Langkah-Langkah antara Evaluasi Alternatif dan keputusan Pembelian 13

Gambar 2.3 Kerangka Konseptual 51

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas 90