

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN SURAT PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR RUMUS .....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
<i>ABSTRACT</i> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	13
1.3 Batasan Masalah .....	16
1.4 Rumusan Masalah .....	17
1.5 Tujuan Penelitian .....	18
1.6 Manfaat Penelitian .....	18
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	18
1.6.2 Manfaat Praktis .....	18
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>19</b>
2.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	19
2.1.1 Mahasiswa .....	19
2.2 Tinjauan tentang kepercayaan ( <i>Trust</i> ) Konsumen pada <i>Online Store</i> .....	20
2.2.1 Pengertian Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	20
2.2.2 Kepercayaan ( <i>trust</i> ) dalam Berbagai Disiplin Ilmu .....	25
2.2.3 Kepercayaan ( <i>trust</i> ) pada <i>Online Store</i> .....	29
2.3 Tinjauan mengenai <i>Trust Propensity</i> .....	31
2.4 Tinjauan mengenai <i>Perceived Trustworthiness</i> .....	34
2.5 <i>Online Store</i> .....	35
2.5.1 Pengertian Toko <i>Online</i> .....	35
2.5.2 Karakteristik Toko <i>Online</i> .....	36
2.5.3 <i>Online Shopping</i> .....	37

2.5.4 Karakter Konsumen di Indonesia.....	41
2.6 Kerangka Konseptual .....	43
BAB III METODE PENELITIAN .....	47
3.1 Tipe Penelitian .....	47
3.2 Identifikasi Variabel Penelitian .....	48
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	49
3.4 Subyek Penelitian .....	53
3.4.1 Populasi .....	53
3.4.2 Sampel .....	53
3.5 Alat Ukur .....	56
3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur .....	61
3.6.1 Validitas Alat Ukur .....	61
3.6.2 Reliabilitas Alat Ukur .....	65
3.7 Analisa Data .....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	69
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	69
4.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	70
4.3 Pelaksanaan Penelitian .....	72
4.3.1 Pelaksanaan Penelitian .....	72
4.3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	73
4.4 Hasil Penelitian .....	74
4.5 Pembahasan .....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	94
5.1 Simpulan.....	94
5.2 Saran .....	94
DAFTAR PUSTAKA .....	97
LAMPIRAN .....	101

**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
Lampiran 1: Blue Print Item Kuesioner Sebelum Uji Validitas dan Reliabilitas .....	101
Lampiran 2: Saran dan Kritik dari Rater .....	104
Lampiran 3: <i>Raw Score</i> Uji Coba, Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	108
Lampiran 4: Blue Print dan Kuesioner penelitian .....	124
Lampiran 5: Data Responden Penelitian .....	133
Lampiran 6: Uji Normalitas dan Statistik Deskriptif .....	171

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Analisis perbedaan teori trust dari beberapa tokoh .....	23
Tabel 3.1 Skala respon untuk pernyataan <i>favorable</i> dan <i>unfavorable</i> .....	58
Tabel 3.2 <i>Blue Print</i> skala <i>trust propensity</i> .....	59
Tabel 3.3 <i>Blue Print</i> skala <i>perceived trustworthiness</i> .....	59
Tabel 3.4 Saran Rater terhadap Alat Ukur .....	62
Tabel 4.1 Rincian Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis kelamin .....	69
Tabel 4.2 Rincian Subjek Penelitian Berdasarkan Universitas Tempat.....	70
Tabel 4.3 Rincian Subjek Penelitian Berdasarkan Situs yang Paling Sering	70
Tabel 4.4 Deskripsi Skor Skala <i>Trust Propensity</i> dan <i>Perceived Trustworthiness</i> .....	73
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Dua Variabel.....	76
Tabel 4.6 Kategori Skor Skala <i>Trust Propensity</i> .....	78
Tabel 4.7. Persebaran Data Sampel <i>Trust Propensity</i> pada Konsumen <i>Online Store</i> di Kalangan Mahasiswa.....	78
Tabel 4.8 Deskripsi Skor Skala <i>Trust Propensity</i> Konsumen Perempuan...	79
Tabel 4.9 Kategori dan Persebaran Sampel <i>Trust Propensity</i> pada Konsumen Perempuan.....	79
Tabel 4.10 Deskripsi Skor Skala <i>Trust Propensity</i> Konsumen Laki-laki.....	79
Tabel 4.11 Kategori dan Persebaran Sampel <i>Trust Propensity</i> pada Konsumen Laki-laki.....	80
Tabel 4.12. Kategori Skor Skala <i>Perceived Trustworthiness</i> .....	83
Tabel 4.13. Persebaran Data Sampel <i>Perceived Trustworthiness</i> pada Konsumen <i>online store</i> di Kalangan Mahasiswa.....	83
Tabel 4.14. Hasil Analisa Deskriptif.....	84
Tabel 4.15. Kategori dan Persebaran Sampel <i>Perceived Trustworthiness</i> atas <i>Ability Online Store</i> .....	84
Tabel 4.16. Hasil Analisa Deskriptif.....	85
Tabel 4.17. Kategori dan Persebaran Sampel <i>Perceived Trustworthiness</i> atas <i>Benevolence Online Store</i> .....	85
Tabel 4.18. Hasil Analisa Deskriptif.....	86
Tabel 4.19. Kategori dan Persebaran Sampel <i>Perceived Trustworthiness</i> atas <i>Integrity Online Store</i> .....	86
Tabel 4.20. Deskripsi Skor Skala <i>Perceived Trustworthiness</i> Konsumen Perempuan .....	87
Tabel 4.21. Kategori dan Persebaran Sampel <i>Perceived Trustworthiness</i> Konsumen Perempuan.....	87
Tabel 4.22. Deskripsi Skor Skala <i>Perceived Trustworthiness</i> Konsumen Laki-laki.....	88

Tabel 4.23. Kategori dan Persebaran Sampel <i>Perceived Trustworthiness</i> Konsumen Laki-laki.....	88
---	----

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model <i>Trust</i> berdasarkan Mayer, Davis dan Schoorman (1995) .....	30
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	46
Gambar 4.1 Frekuensi <i>Trust Propensity</i> Konsumen <i>Online Store</i> .....	75
Gambar 4.2 Frekuensi <i>Perceived Trustworthiness</i> Konsumen <i>Online Store</i> ...	76

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Koefisien reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i> .....	65
Rumus 3.2 Rumus Koefisien reliabilitas Formula Mosier .....	65
Rumus 4.1 Rumus Interval Kategorisasi Berdasar Signifikansi Perbedaan ..	77