

DAFTAR ISI

PERTANGUNGJAWABAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.2.1 Pernyataan Masalah.....	5
1.2.2 Pertanyaan Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4. Kontribusi Penelitian.....	6
1.4.1. Kontribusi Teoritis.....	6
1.4.2. Kontribusi Praktis	6
1.5 Gambaran Konseptual Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>E-Commerce</i>	12
2.1.2 <i>Alternative Attractiveness</i>	14
2.1.3 <i>Peer group</i>	15
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.1.5 <i>E-security</i>	17
2.1.6 <i>Intention To Switch</i>	18
2.2 Kajian Empiris	19
2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian	27
2.3.1 Kerangka Konseptual	27
2.3.1.1 Hubungan <i>Alternative Attractiveness</i> dan <i>Intention To Switch</i>	27
2.3.1.2 Hubungan <i>Peer group</i> dan <i>Intention To Switch</i>	27
2.3.1.3 Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Intention To Switch</i>	28
2.3.1.4 Hubungan <i>E-security</i> dan <i>Intention To Switch</i>	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Bentuk Penelitan	30
3.2 Tempat dan waktu penelitian	30
3.3 Data Penelitian	31

3.4 Populasi Dan Sampel	31
3.5 Variabel Penelitian	33
3.6 Skala Pengukuran.....	36
3.7 Metode Analisis Data.....	37
3.7.1 Uji Instrumen Penelitian	37
3.7.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	38
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.7.4 Analisis Model Regresi Berganda	41
3.7.5 Uji Kelayakan Model	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Hasil Penelitian	44
4.1.1 Karakteristik Responden	44
4.1.2 Uji Instrumen Penelitian	49
4.1.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	51
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	57
4.1.5 Analisis Regresi linier berganda	62
4.1.6 Uji Kelayakan Model	63
4.2 Pembahasan.....	68
4.2.1 <i>Alternative Attractiveness</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Intention To Switch</i>	68
4.2.2 <i>Peer Group</i> Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Intention To</i> <i>Switch</i>	69
4.2.3 <i>Customer Satisfaction</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Intention To Switch</i>	69
4.2.4 <i>E-Security</i> Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Intention To</i> <i>Switch</i>	70
BAB V PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	71
5.3 Keterbatasan Penelitian	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	80