



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah	7
I.3 Tujuan penelitian.....	7
I.4 Manfaat Penelitian.....	8
I.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
II.1 Perilaku Konsumen (Consumer Behavior).....	11
II.2 Keputusan Pembelian <i>Online</i>	14
II.3 Kepercayaan	19
II.4 Kemudahan (<i>ease of use</i>).....	21
II.5 Kualitas Informasi (Information Quality)	23
II.6 Pengaruh Antar Variabel	27
II.7 Pandangan Islam.....	30
II.8 Penelitian Terdahulu.....	31
II.9 Kerangka Pemikiran	33
II.10 Konsep Operasional Variabel.....	34
II.11 Hipotesis	36

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



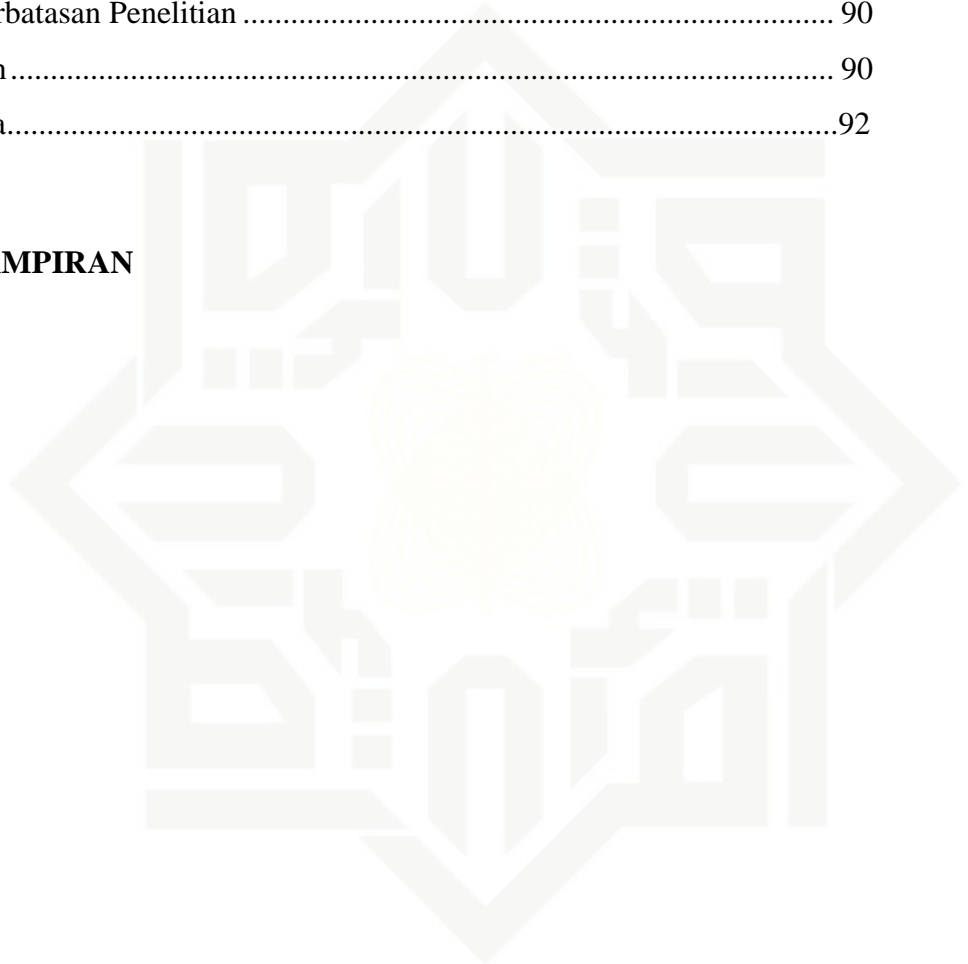
- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN	38
III.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	38
III.2 Jenis Dan Sumber Data	38
III.3 Populasi Dan Sampel.....	39
III.4 Teknik Pengumpulan Data	40
III.5 Analisis Data	41
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	49
IV.1 Sejarah Singkat <i>Instagram</i>	49
IV.2 Fitur-Fitur <i>Instagram</i>	50
IV.3 Peraturan <i>Instagram</i>	54
IV.4 Sejarah UIN Suska Riau.....	55
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
V.1 Gambaran Umum Responden.....	61
V.2 Deskripsi Variabel Responden	61
V.2.1 Variabel Responden Kepercayaan (X1).....	62
V.2.2 Variabel Responden Kemudahan (X2)	64
V.2.3 Variabel Responden Kualitas Informasi (X3).....	66
V.2.4 Variabel Responden Keputusan pembelian (Y).....	68
V.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	70
V.3.1 Uji Validitas	70
V.3.2 Uji Reliabilitas	73
V.4 Uji Normalitas	74
V.5 Uji Asumsi Klasik	76
V.5.1 Uji Autokorelasi	77
V.5.2 Uji Heteroskedesitas.....	78
V.5.3 Uji Multikolinearitas	79
V.6 Regresi Linear Berganda	80
V.7 Uji Hipotesis.....	82
V.7.1 Uji Signifikan Parsial T (Uji T)	82

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

V.7.2	Uji Signifikan Simultan.....	84
V.7.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	85
V.8	Pembahasan	86
BAB VI PENUTUP		88
VI.1	Kesimpulan.....	88
VI.2	Keterbatasan Penelitian	90
VI.3	Saran.....	90
Daftar Pustaka.....		92

DAFTAR LAMPIRAN**BIOGRAFI**

UIN SUSKA RIAU