

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian .....	9
1.6 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian .....	11
2.1.1 Pemasaran .....	11
2.1.2 Pemasaran Internet.....	11
2.1.3 <i>E-commerce</i> .....	16
2.1.4 Toko <i>Online</i> .....	21
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	23
2.1.6 <i>Online Store Beliefs</i> (Keyakinan Konsumen pada toko <i>online</i> ) .....	26
2.1.7 <i>Impulse Buying</i> .....	29
2.1.8 Penelitian Terdahulu .....	33
2.2 Kerangka Pemikiran .....	45
2.3 Hipotesis Penelitian .....	46
2.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	46

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	47
3.2 Variabel Penelitian, Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	47
3.2.1 Variabel Penelitian.....	47
3.2.2 Variabel Operasional .....	48
3.2.3 Skala Pengukuran .....	51
3.3 Tahapan Penelitian .....	52
3.4 Populasi dan Sampel.....	53
3.4.1 Populasi .....	53
3.4.2 Sampel.....	53
3.4.3 Teknik Sampling.....	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5.1 Data Primer.....	55
3.5.2 Data Sekunder.....	55
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	56
3.6.1 Uji Validitas.....	56
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	58
3.7 Teknik Analisis Data .....	60
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	60
3.7.2 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI) .....	62
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	64
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	66
3.7.5 Uji Hipotesis .....	66
3.7.6 Koefisien Determinasi .....	69
3.7.7 Besarnya Pengaruh Secara Parsial .....	70
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>71</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	60
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	72
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	72
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	73
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal (Kota) .....	74

4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja .....	75
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja .....	75
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi <i>Website</i> .....	75
4.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Yang Pernah Dibeli .....	76
4.2 Tanggapan Responden mengenai <i>Online Store Beliefs</i> pada konsumen Elevenia. ....	77
4.2.1 Tanggapan responden mengenai <i>Functional Convenience</i> ` pada konsumen Elevenia.co.id.....	77
4.2.2 Tanggapan responden mengenai <i>Representational Delight</i> ` pada konsumen Elevenia.co.id.....	82
4.3 Tanggapan Responden mengenai <i>Impulse Buying</i> pada konsumen Elevenia. ....	88
4.4 Pengaruh <i>Online Store Beliefs</i> terhadap <i>Impulse Buying</i> pada konsumen Elevenia. ....	91
4.4.1 Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval .....	91
4.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	91
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	96
4.4.4 Uji Hipotesis .....	98
4.4.5 Besarnya Pengaruh Secara Parsial .....	101
4.4.6 Koefisien Determinasi .....	102
4.5 Pembahasan.....	103
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>106</b>
5.1 Kesimpulan .....	106
5.2 Saran .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>109</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>114</b>