

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Pertanyaan Penelitian	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	11
2.1.1 Definisi Pemasaran	11
2.1.2 Definisi <i>E-Commerce</i>	11
2.1.3 Jenis <i>E-Commerce</i>	12
2.1.4 Definisi <i>User Experience</i>	12

2.1.5	Dimensi <i>User Experience</i>	13
2.1.6	Definisi Perilaku Konsumen	13
2.1.7	Proses Keputusan Pembelian	14
2.1.8	Definisi <i>Purchase Intention</i>	15
2.1.9	Dimensi <i>Purchase Intention</i>	15
2.1.10	Hubungan <i>User Experience</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	15
2.1.11	Penelitian Terdahulu	17
2.2	Kerangka Pemikiran	23
2.3	Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Karakteristik Penelitian.....	25
3.2	Operasional Variabel	26
3.2.1	Variabel Operasional	26
3.2.2	Skala Pengukuran	31
3.3	Tahapan Penelitian	32
3.4	Populasi dan Sampel.....	33
3.4.1	Populasi.....	33
3.4.2	Sampel.....	33
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	34
3.5.1	Pengumpulan Data.....	34
3.5.2	Sumber Data	35
3.6	Pengolahan Data.....	35
3.6.1	Uji Validitas	35
3.6.2	Uji Realibilitas.....	37
3.7	Teknik Analisis Data	38

3.7.1	Analisis Deskriptif	38
3.7.2	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	40
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	40
3.7.4	Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.7.5	Uji Hipotesis.....	41
3.7.6	Koefisien Determinasi	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Karakteristik Responden.....	44
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	46
4.2	Analisis Deskriptif.....	47
4.2.1	Analisis Deskriptif terhadap variabel <i>User Experience (X)</i>	47
4.2.2	Analisis Deskriptif terhadap variabel <i>Purchase Intention (Y)</i>	53
4.3	Analisis Data..	56
4.3.1	Uji Asumsi Klasik	56
4.3.2	Hasil Analisis Regresi Berganda	61
4.3.3	Uji Hipotesis.....	63
4.4	Pembahasan...	67
4.4.1	Pengaruh <i>Emotion</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	67
4.4.2	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	68
4.4.3	Pengaruh <i>Privacy</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	68
4.4.4	Pengaruh <i>User Experience</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		70

5.1 Kesimpulan... ..	70
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	70
5.3 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	81