

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I .....	16
PENDAHULUAN.....	16
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	16
1.1.1 Profil Perusahaan.....	16
1.1.2 Logo Perusahaan .....	16
1.1.3 Visi Misi Perusahaan.....	17
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	17
1.3 Perumusan Masalah .....	27
1.4 Tujuan Penelitian .....	29
1.5 Manfaat Penelitian .....	30
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	31
BAB II.....	32
TINJAUAN PUSTAKA.....	32
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	32
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	32
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen .....	32
2.1.3 Faktor-Faktor Proses Psikologi .....	33
2.1.4 <i>E-Commerce</i> .....	35
2.1.5 <i>Hedonic Browsing</i> .....	36
2.1.6 <i>Utilitarian Browsing</i> .....	37
2.1.7 <i>Interpersonal Influence</i> .....	37
2.1.8 <i>Visual Appeal</i> .....	38

2.1.9	<i>Portability</i> .....	38
2.1.10	<i>Impulsive Buying</i> .....	39
2.1.11	Hubungan <i>Hedonic Browsing</i> terhadap <i>Impulsive Buying</i> .....	40
2.1.12	Hubungan <i>Interpersonal Influence</i> terhadap <i>Hedonic Browsing</i> .....	40
2.1.13	Hubungan <i>Interpersonal Influence</i> terhadap <i>Utilitarian Browsing</i> .....	41
2.1.14	Hubungan <i>Visual Appeal</i> terhadap <i>Hedonic Browsing</i> .....	41
2.1.15	Hubungan <i>Visual Appeal</i> terhadap <i>Utilitarian Browsing</i> .....	41
2.1.16	Hubungan <i>Portability</i> terhadap <i>Hedonic Browsing</i> .....	42
2.1.17	Hubungan <i>Portability</i> terhadap <i>Utilitarian Browsing</i> .....	42
2.2	Penelitian Terdahulu .....	43
2.3	Kerangka Pemikiran.....	56
2.4	Hipotesis Penelitian.....	58
BAB III.....		60
3.1	Jenis Penelitian.....	60
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	60
3.2.1	Variabel Operasional .....	60
3.2.2	Skala Pengukuran .....	63
3.3	Tahapan Penelitian .....	64
3.4	Populasi dan Sampel .....	65
3.4.1	Populasi .....	65
3.4.2	Sampel .....	66
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	68
3.5.1	Pengumpulan Data.....	68
3.5.1.1	Kuesioner .....	68
3.5.1.2	Studi Pustaka.....	68
3.5.2	Sumber Data .....	68
3.5.2.1	Data Primer .....	68
3.6	Uji Validitas dan Realibilitas .....	69
3.6.1	Uji Validitas.....	69
3.6.2	Uji Realibilitas.....	71
3.7	Teknik Analisis Data.....	73
3.7.1	Structural Equation Model (SEM).....	73

3.7.2	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	73
3.7.3	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	76
3.7.4	Evaluasi Collinearity (VIF <5).....	76
3.7.5	Estimasi Signifikansi (T-statistic) .....	76
3.7.6	Coefficient Determinant ( $R^2$ ).....	77
3.7.7	Effect Size (Nilai $F^2$ ) .....	77
3.7.8	<i>Predictive Relevance</i> (Nilai $Q^2$ ) .....	78
3.7.9	Goodness-of-fit (GOF) .....	78
BAB IV .....		79
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		79
4.1	Karakteristik Responden .....	79
4.1.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	79
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	80
4.1.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	80
4.1.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan.....	81
4.1.5	Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Belanja Online .....	82
4.2	Hasil Penelitian .....	83
4.2.1	Pengujian Outer Model.....	83
4.2.1.1	Uji Validitas Konvergen ( <i>Convergent Validity</i> ) .....	84
4.2.1.2	Validitas Diskriminan ( <i>Discriminant Validity</i> ).....	87
4.2.1.3	Uji Reliabilitas .....	89
4.2.2	Pengujian Inner Model .....	89
4.2.2.1	Analisis Uji <i>Coefficient of Determination</i> ( $R^2$ ).....	90
4.2.2.2	Analisis Uji $f^2$ <i>Effect Size</i> .....	91
4.2.2.3	Analisis Uji <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ ).....	92
4.2.2.4	Pengujian Efek Mediasi .....	93
4.2.2.5	Pengujian <i>Goodness of Fit Test</i> (GoF) .....	94
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	94
4.3.1	Karakteristik Responden .....	95
4.3.2	Hasil Uji Hipotesis SEM .....	95
4.3.2.1	Hipotesis Pertama .....	95
4.3.2.2	Hipotesis Kedua.....	96

4.3.2.3	Hipotesis Ketiga.....	97
4.3.2.3	Hipotesis Keempat.....	97
4.3.2.4	Hipotesis Kelima.....	98
4.3.2.5	Hipotesis Keenam.....	99
4.3.2.6	Hipotesis Ketujuh .....	99
4.3.2.7	Hipotesis Kedelapan .....	100
4.3.2.8	Hipotesis Kesembilan .....	101
BAB V.....		102
KESIMPULAN DAN SARAN.....		102
5.1	Kesimpulan .....	102
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan .....	103
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	104
DAFTAR PUSTAKA .....		105
LAMPIRAN I.....		111
LAMPIRAN II .....		117