

DAFTAR ISI

HALALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Produk Air Jordan.....	2
1.2 Latar Pelakng Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
1.6 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 <i>Purchase Intention</i>	13
2.1.1.1 <i>Likely</i>	15
2.1.1.2 <i>Definitely Would</i>	15

2.1.1.3 <i>Probable</i>	15
2.1.2 <i>Perceived Benefit</i>	16
2.1.2.1 <i>Utalitarian Value</i>	16
2.1.2.2 <i>Hedonic Value</i>	17
2.1.2.3 <i>Social Value</i>	18
2.1.3 <i>Perceived Risk</i>	19
2.1.3.1 <i>Time Risk</i>	20
2.1.3.2 <i>Financial Risk</i>	21
2.1.3.3 <i>Product Risk</i>	22
2.1.3.4 <i>Delivery Risk</i>	22
2.1.4 <i>Social Commerce</i>	23
2.1.5 Instagram	25
2.2 Hubungan Antar Variabel	26
2.2.1 Hubungan Antara <i>Perceived Benefits</i> dan <i>Purchase Intention</i> dalam Konteks <i>Social Commerce</i> Instagram.....	26
2.2.2 Hubungan Antara <i>Perceived Risk</i> dan <i>Purchase Intention</i> dalam Konteks <i>Social Commerce</i> Instagram.....	26
2.2.3 Hubungan Antara <i>Perceived Benefits</i> dan <i>Perceived Risk</i> secara Simultan terhadap <i>Purchase Intention</i> dalam Konteks <i>Social Commerce</i>	27
2.3 Penelitian Terdahulu.....	25
2.4 Kerangka Pemikiran	36
2.5 Hipotesis	37
2.6 Ruang Lingkup Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Operasional Variabel	39

3.3 Skala Pengukuran	43
3.4 Tahapan Penelitian.....	44
3.5 Populasi dan Sampel	45
3.5.1 Populasi.....	45
3.5.2 Sampel	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6.1 Data Primer	47
3.6.2 Data Sekunder.....	47
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.7.1 Uji Validitas.....	47
3.7.2 Uji Reliabilitas	51
3.8 Teknik Analisis Data	53
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	53
3.8.2 <i>Method Succesive Interval</i> (MSI)	55
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	56
3.8.3.2 Uji Multikolonieritas.....	57
3.8.3.3 Uji Heterokedastisitas	58
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda	58
3.9 Uji Hipotesis	58
3.9.1 Uji T (Parsial)	59
3.9.2 Uji F (Simultan).....	60
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
BAB IV	62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62

4.1 Pengumpulan Responden	62
4.2 Karakteristik Responden.....	63
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	65
4.2.4 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan	65
4.3 Analisi Data.....	66
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	66
4.3.2 Methods of Successive Interval (MSI)	84
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	85
4.3.3.1 Uji Normalitas.....	85
4.3.3.2 Uji Heterokedastisitas	87
4.3.3.3 Uji Multikolinearitas	88
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
4.3 Uji Hipotesis.....	91
4.4.1 Uji T (Parsial)	91
4.4.2 Uji F (Simultan).....	92
4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	94
4.6 Hasil dan Pembahasan.....	95
4.6.1 Hasil dan Pembahasan Analisis Pengaruh Hipotesis.....	95
BAB V.....	99
KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran	100
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	100

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	106