

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	22
1.4 Tujuan Penelitian.....	22
1.5 Manfaat Penelitian.....	23
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1 Teori Terkait Penelitian.....	25
2.1.1 Pemasaran	25
2.1.2 <i>Fashion Innovativeness</i>	25
2.1.3 <i>Electronic Innovativeness</i>	27
2.1.4 <i>Trust on Online Shopping</i>	28
2.1.5 Perilaku Konsumen	29
2.1.6 <i>Online Purchase Intention</i>	32
2.2 Hubungan Antar Variabel	33
2.2.1 <i>Fashion Innovativeness</i> terhadap <i>Online Purchase Intention</i>	33
2.2.2 <i>Electronic Innovativeness</i> terhadap <i>Online Purchase Intention</i>	34
2.2.3 <i>Trust on Online Shopping</i> terhadap <i>Online Purchase Intention</i>	35
2.3 Penelitian Terdahulu.....	36
2.4 Kerangka Pemikiran	42

2.5	Ruang Lingkup Penelitian	43
2.5.1	Variabel dan Sub Variabel	43
2.5.2	Waktu dan Tempat Penelitian	43
2.6	Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1	Jenis Penelitian	44
3.2	Operasionalisasi Variabel	44
3.2.1	Skala Pengukuran	46
3.3	Tahapan Penelitian	47
3.4	Populasi dan Sampel	49
3.4.1	Populasi	49
3.4.2	Sampel	49
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	50
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data	51
3.5.2	Sumber Data	51
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.6.1	Uji Validitas	52
3.6.2	Uji Reliabilitas	55
3.7	Teknik Analisis Data	56
3.7.1	Analisis Deskriptif	56
3.7.2	<i>Partial Least Squares - Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM)	58
3.7.3	Analisis <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	59
3.7.4	Analisis <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	61
3.8	Pengujian Hipotesis	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		66
4.1	Karakteristik Responden	66
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	67
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	68

4.2	Hasil Penelitian.....	69
4.2.1	Analisis Deskriptif	69
4.2.2	Analisis <i>Partial Least Squares - Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM)	78
4.2.3	Hasil Analisis <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	78
4.2.4	Hasil Analisis <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	85
4.2.5	Hasil Uji Hipotesis	89
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	91
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif.....	92
4.3.2	Pengaruh <i>Fashion Innovativeness</i> Terhadap <i>Online Purchase Intention</i>	93
4.3.3	Pengaruh <i>Electronic Innovativeness</i> Terhadap <i>Online Purchase Intention</i>	95
4.3.4	Pengaruh <i>Trust on Online Shopping</i> Terhadap <i>Online Purchase Intention</i>	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		98
5.1	Kesimpulan.....	98
5.2	Saran	98
5.2.1	Saran Praktis	98
5.2.2	Saran Akademik	99
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN.....		108