

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Batasan Penelitian .....	4
1.6. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 <i>E-Commerce</i> .....	6
2.2 <i>E-Marketplace / Online Marketplace</i> .....	7
2.3 <i>Online Shopping / Purchase Behavior</i> .....	7
2.4 Karakteristik Berbelanja <i>Online</i> .....	8
2.5 <i>Online Purchase Intention</i> .....	9
2.6 <i>Online Shopping Orientations</i> .....	9
2.6.1 <i>Online Impulse Purchase</i> .....	10
2.6.2 <i>Quality Orientation</i> .....	11
2.6.3 <i>Brand Orientation</i> .....	12
2.6.4 <i>Online Shopping Enjoyment/Recreational Orientation</i> .....	12
2.6.5 <i>Convenience Orientation</i> .....	13
2.6.6 <i>Price Orientation</i> .....	13
2.7 <i>Online Trust</i> .....	14
2.8 <i>Prior Online Purchase Experience</i> .....	14
2.9 Efek Moderasi Dari Variabel Pendapatan.....	15
2.10 Efek Moderasi Dari Variabel <i>Level Of Involvement</i> .....	16
2.11 Efek Moderasi Dari Variabel Demografi.....	17

2.12	Perbedaan Produk <i>High Involvement</i> dan <i>Low Involvement</i> .....	19
2.13	Kerangka Konseptual.....	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>23</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	23
3.2	Jenis Kebutuhan Data .....	23
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	24
3.4	Metode Pengukuran .....	24
3.5	<i>Sampling</i> .....	24
3.6	Analisis Data .....	25
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>27</b>
4.1	<i>Pre-Test / Pilot Test</i> .....	27
4.2	Demografi Responden .....	30
4.3	Analisis SEM.....	39
4.3.1	Uji Reliabilitas dan Validitas .....	39
4.3.2	Evaluasi Kecocokan Model Pengukuran .....	42
4.3.3	Evaluasi Kecocokan Model Struktural .....	43
4.3.4	Uji Efek Moderasi .....	47
4.3.4.1	Hasil Uji Efek Moderasi Dari Variabel Jenis Kelamin .....	47
4.3.4.2	Hasil Uji Efek Moderasi Dari Variabel Level Of Involvement .....	48
4.3.4.3	Hasil Uji Efek Moderasi Dari Variabel Pendapatan.....	49
4.3.4.4	Hasil Uji Efek Moderasi Dari Variabel Status Pernikahan.....	50
4.3.4.5	Hasil Uji Efek Moderasi Dari Variabel Umur .....	51
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>53</b>
5.1	Kesimpulan .....	53
5.2	Saran .....	54
5.2.1	Implikasi Manajerial.....	54
5.2.2	Penelitian Selanjutnya.....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>56</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Perhitungan Proporsi Quota Sampling .....	25
Tabel 3. 2 Goodness of Fit Statistics .....	26
Tabel 4. 1 Uji Reliabilitas dan Validitas Pre-Test ver.1 .....	28
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas dan Validitas Pre-Test ver.2 .....	28
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas dan Validitas Sesudah Pre-Test .....	29
Tabel 4. 4 Domisili Responden .....	30
Tabel 4. 5 Jenis Kelamin Responden.....	31
Tabel 4. 6 Umur Responden.....	31
Tabel 4. 7 Status Pernikahan Responden.....	31
Tabel 4. 8 Tingkat Pendidikan Responden .....	32
Tabel 4. 9 Pekerjaan Berdasarkan Umur Responden .....	32
Tabel 4. 10 Rentang Pendapatan per Bulan Responden .....	33
Tabel 4. 11 Perbandingan Pekerjaan Terhadap Pendapatan .....	33
Tabel 4. 12 Perbandingan Umur Terhadap Pendapatan.....	34
Tabel 4. 13 Tempat Belanja Online Terfavorit .....	35
Tabel 4. 14 Produk Durable Goods Yang Pernah Dibeli Responden.....	35
Tabel 4. 15 Jumlah Responden Berdasarkan Barang Yang Pernah Dibeli.....	35
Tabel 4. 16 Produk Durable Goods Yang Pernah Dibeli Untuk Single Item .....	36
Tabel 4. 17 Produk Durable Goods Yang Paling Sering Dibeli.....	36
Tabel 4. 18 Produk Durable Goods Yang Pernah Dibeli Tetapi Tidak Sering (Single Item).....	37
Tabel 4. 19 Pembelian yang Direncanakan dan Tidak Direncanakan .....	37
Tabel 4. 20 Rentang Pengeluaran Responden Untuk Belanja Online per Bulan ..	37
Tabel 4. 21 Perbandingan Antara Pendapatan dan Pengeluaran Belanja Online..	38
Tabel 4. 22 Uji Reliabilitas dan Validitas dengan CFA (Praeliminasi).....	39
Tabel 4. 23 Uji Reliabilitas dan Validitas dengan CFA (Pascaeliminasi).....	41
Tabel 4. 24 Uji Kecocokan Model Pengukuran .....	42
Tabel 4. 25 Uji Kecocokan Model Struktural .....	44
Tabel 4. 26 Ringkasan Uji Hipotesis Penelitian.....	46
Tabel 4. 27 Hasil Uji SEM Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4. 28 Hasil Uji SEM Berdasarkan Level of Involvement .....	49
Tabel 4. 29 Hasil Uji SEM Berdasarkan Kelas Ekonomi.....	50
Tabel 4. 30 Hasil Uji SEM Berdasarkan Status Pernikahan .....	51
Tabel 4. 31 Hasil Uji SEM Berdasarkan Umur.....	52
Tabel 4. 32 Rangkuman Efek Moderasi Yang Signifikan .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual dan Hipotesis Yang Dikembangkan .....	22
Gambar 3. 1 Rumus Cochran .....	25
Gambar 4. 1 Diagram Lintasan Uji Model Struktural dengan t-value .....	43
Gambar 4. 2 Ringkasan Variabel Yang Berpengaruh Signifikan.....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2.	Referensi Jurnal.....	74