

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum	1
1.2. Latar belakang masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4. Pertanyaan Penelitian	11
1.5. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Kegunaan Penelitian.....	12
1.7. Ruang Lingkup Penelitian	12
1.8. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Perilaku Konsumen	14
2.2. Motivasi.....	16
2.3. Motivasi Konsumen Online.....	17

2.4. Minat Beli secara Online	19
2.5. Penelitian Terdahulu.....	19
2.6. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Jenis Penelitian	24
3.2. Variabel Operasional	24
3.2.1. Variabel dan Sub Variabel	25
3.2.2. Skala Penelitian.....	30
3.3. Tahapan Penelitian	31
3.4. Populasi dan Sampel	32
3.4.1. Populasi.....	32
3.4.2. Sampel.....	32
3.5. Teknik Sampling	33
3.6. Teknik Pengumpulan Data	34
3.7. Uji Asumsi Klasik	34
3.7.1. Uji Normalitas.....	34
3.7.2. Uji Multikolinearitas	34
3.7.3. Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas	35
3.8.1. Uji Validitas	35
3.8.2. Uji Reliabilitas	37
3.9. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	38
3.9.1. Analisis Deskriptif	38
3.9.2. Analisis Regresi Berganda	39
3.9.3. Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	40

3.9.4. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)	41
3.9.5. Koefisien Determinasi.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Karakteristik Responden	45
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal	47
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	48
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	50
4.2 Analisis Deskriptif.....	51
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor <i>Pragmatic Motivation (Convenience)</i>	52
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor <i>Pragmatic Motivation (Time and Effort)</i>	53
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor <i>Pragmatic Motivation (Search and Information)</i>	54
4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Faktor Product Motivation</i>	55
4.2.5 Tanggapan Mengenai Faktor <i>Economic Motivation</i>	56
4.2.6 Tanggapan Mengenai Faktor <i>Service Excellent Motivation</i>	58
4.2.7 Tanggapan Mengenai Faktor <i>Situasional Motivation</i>	59
4.2.8 Tanggapan Responden Mengenai Faktor <i>Demographic Motivation</i>	60
4.2.9 Tanggapan Responden Mengenai Faktor <i>Social Motivation</i>	61
4.2.10 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Minat Beli Secara Online (Y)</i>	62
4.3 Uji Asumsi Klasik	63

4.3.1 Uji Normalitas	63
4.3.2 Uji Multikolinieritas.....	66
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	67
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
4.5 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	70
4.6 Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	71
4.7 Koefisien Determinasi	75
4.8. Pembahasan Penelitian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1. Kesimpulan.....	78
5.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	81